



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA MENABUNG  
DI BANK RIAU KEPRI SYARIAH (STUDI SISWA  
SDN 003 TEMBILAHAN HULU)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Program Studi  
Ekonomi Syariah



**OLEH:**

**DENI SOEWANDAY  
NIRM. 1209.16.07932**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN - RIAU  
1442 H / 2021 M**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



YAYASAN PENDIDIKAN AULIAURRASYIDIN  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM  
AULIAURRASYIDIN

معهد أولياء الراشدین العالمیة الإسلامیة

ISLAMIC COLLEGE OF AULIAURRASYIDIN

TERAKREDITASI



BAA-PT

KAMPUS PANAM (PARIT ENAM) JALAN GERILYA No. 12 TEMBILAHAN BARAT 29213

Email: akademik@stai-tbh.ac.id

**PENGESAHAN**

No. 127/STAI-AUR/Skripsi/VII/2022

Skripsi berjudul "PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA MENABUNG DI BANK RIAU KEPRI SYARIAH (STUDI SISWA SEKOLAH DASAR NEGERI 003 TEMBILAHAN HULU)", yang telah ditulis oleh sdr. DENI SOEWANDAY, NIRM 1209.16.07932 telah dimunaqasahkan pada tanggal 12 Januari 2022, dan telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasah dengan Yudisium **Sangat Memuaskan**, IPK: 3,72.

**TIM MUNAQASAH**

Ketua

H. Deddy Yusuf Yudhyarta, S.Mn., M.Pd.I.

Sekretaris

Sri Erdawati, S.Pd.I., M.Pd.

Penguji I

Hendro Lisa, S.E., M.M.

Penguji II

Dr. Moh. Sain, S.Pd.I., M.Pd.I.

Tembilahan, 2 Juli 2022

Mengetahui  
Ketua Auliaurrasyidin Tembilahan



SYARIFUDIN, S.Pd.I., M.Pd.I

NIDN 2105068302

**Bersinergi dan Berinovasi untuk Pendidikan, Berkarya dan Berbakti untuk Negeri**

www.stai-tbh.ac.id

2. Diratung mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin S IAI Auliaurrasyidin Tembilahan

lah

**FERDINAN S.Pd., M.Pd.**  
**DOSEN PROGRAM STUDI ESy**  
**STAI AULIAURASYIDIN TEMBILAHAN**

**NOTA DINAS**

Perihal : Skripsi Saudara  
**Deni Soewanday**

Kepada Yth,  
Ketua STAI Auliaurasyidin  
Di –  
Tembilahan

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan-perbaikan  
seperlunya terhadap isi skripsi saudara :

Nama : Deni Soewanday  
NIRM : 1209.16.07932  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Siswa Menabung di  
Bank Riau Kepri Syariah (Studi Siswa SDN 003 Tembilahan Hulu)

Maka dengan ini saya menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada sidang  
Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Tembilahan, 8 Desember 2021

Rembimbing,

  
**FERDINAN S.Pd., M.Pd.**  
NIDN. 21220766

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deni Soewanday

NIRM : 1209.16.07932

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Siswa Menabung di Bank Riau Kepri Syariah (Studi Kasus Siswa SDN 003 Tembilahan Hulu)" Merupakan hasil karya saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin Tembilahan.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai ketentuan yang berlaku di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin Tembilahan.
3. Skripsi saya secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi.
4. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, bahwa karya saya ini bukan hasil karya asli saya, maka saya bersedia untuk menerima sanksi yang berlaku di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin Tembilahan berupa pencabutan gelar, dan saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Tembilahan, 8 Desember 2021  
Peneliti,



**DENI SOEWANDAY**  
**NIRM. 1209.16.07932**



## ABSTRAK

**Deni Soewanday : PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT SISWA  
1209.16.079532 MENABUNG DI BANK RIAU KEPRI SYARIAH  
(STUDI SISWA SDN 003 TEMBILAHAN HULU).**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kurangnya nasabah bank riau kepri syariah pada tingkat sekolah dasar karena kurangnya minat menabung, ingin mengetahui minat siswa dalam promosi yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah di SDN 003 Tembilahan Hulu, mengetahui pengaruh dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah pada tingkat sekolah dasar serta promosi yang ingin mengetahui jumlah nasabah pada tingkat sekolah dasar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah Dan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif. Subjek pada penelitian ini adalah siswa SDN 003 Tembilahan Hulu serta yang menjadi objek penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah. Populasi penelitian ini adalah siswa - siswi SDN 003 Tembilahan Hulu. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik teknik *purposive sampling*, sehingga memiliki 148 sampel dengan hitungan teknik *slovin*. Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah dilihat dari hasil uji-t, diperoleh nilai t hitung < nilai t tabel yaitu  $1,430 < 1,655$  berarti  $H_0$  ditolak, hasil ini juga didukung dengan uji regresi sederhana yang menghasilkan nilai probabilitas tidak signifikan  $0,155 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya koefisien regresi tidak signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung. Hasil koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,014 yang berarti bahwa sekitar 14% minat siswa menabung dipengaruhi oleh promosi. Sedangkan sisanya 86% ( $100\% - 14\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain, dari persentase tersebut dapat dikatakan bahwa masih terdapat faktor lain sebesar 86% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang lebih mempengaruhi minat menabung misalnya variabel fasilitas, religiusitas, pelayanan, lokasi dan berikutnya.

**Kata kunci : Promosi, Minat Siswa Menabung, Bank Syariah**

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



## MOTTO

Surat Al Jumu'ah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (QS. Al- Jumu'ah: 10).

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Segala Puji Bagi Allah SWT, kita memuji-Nya dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung kepada Allah dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Barangsiapa mendapat dari petunjuk Allah, maka tidak ada yang menyesatkannya dan barangsiapa yang sesat maka tidak ada pemberi petunjuk baginya.

Aku bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad adalah hamba dan Rasul-Nya. Semoga doa, sahalawat tercurah pada junjungan dan suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga-Nya, dan Sahabat serta siapa saja yang mendapat petunjuk hingga hari kiamat. Aamiin.

Persembahkan skripsi ini dan rasa terima kasih saya ucapkan untuk:

1. Keluargaku tercinta, orang tuaku yaitu Syahlani dan Rosmiati, serta saudaraku yang telah memberikanku kasih sayang, semangat dan motivasi serta seluruh sanak keluarga tercinta semoga menjadi orang yang bahagia di dunia dan akhirat.
2. Seluruh guru yang telah mendidik dan mengajarkan saya.
3. Almamaterku STAI Auliaurasyidin Tembilahan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan Kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Promosi Terhadap Minat Siswa Menabung Di Bank Riau Kepri Syariah (Studi Siswa SDN 003 Tembilahan Hulu)*”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Auliaurasyidin Tembilahan.

Penulisan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis muenyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak H. Kursani sebagai Ketua Yayasan STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
2. Bapak Syarifudin, S.Pd.I., M.Pd.I, Ketua STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
3. Bapak M. Ridhwan, S.Pd.,M.Ed. Selaku wakil ketua 1 Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga , Bapak H. Deddy Yusuf Yudhayarta, S.Mn, M.Pd.I., selaku Wakil Ketua II Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan keuangan, Bapak Dr. Ir. H.Sahrudin, M.M selaku Wakil Ketua III Bidang kemahasiswaan dan Kerjasama STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
4. Bapak Saiin, S.E.I., M.E.Sy sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah di STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
5. Bapak Ferdinan, S.Pd., M.Pd, sebagai Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak Saiin, S.E.I., M.E.Sy, sebagai Dosen Pembimbing Penasihat Akademik

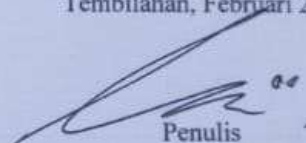


7. Bapak dan ibu dosen STAI AULIAURRASYIDIN Tembilahan yang telah

8. Bapak dan Ibu karyawan TU STAI Auliurasyidin Tembilahan, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Kepala Sekolah SD Negeri 003 Tembilahan Hulu
10. Orang Tua Dan Keluarga yang memberikan bantuan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman/Kerabat Dekat Yang Telah Membantu Baik Secara Langsung Maupun Tidak Langsung

Penulis telah berusaha sesuai dengan kemampuan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis sangat menghargai masukan yang positif dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi dunia pendidikan maupun dunia sastra.

Tembilahan, Februari 2021

  
Penulis



## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Permasalahan	
1. Identifikasi Masalah .....	5
2. Batasan Masalah.....	5
3. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori	
1. Bank Syariah .....	8
2. Promosi.....	13
3. Minat Menabung .....	28
B. Penelitian Relavan .....	32
C. Kerangka Berfikir .....	33
D. Hipotesis Penelitian .....	33
E. Konsep Operasional.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	38
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
E. Instrumen Penelitian .....	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
3. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Validitas dan Reabilitas $x$ men.....	43
H. Teknik Analisis Data ... ..	44

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	
1. Profil Objek Penelitian .....	47
2. Visi dan Misi SD Negeri 003 Tembilahan Hulu .....	47
3. Struktur Organisasi SD Negeri 003 Tembilahan Hulu.....	48
4. Profil Tenaga Kependidikan.....	49
5. Sarana dan Prasarana.....	49
B. Penyajian Data	
1. Data Tentang Promosi (Variabel X).....	50
2. Data Tentang Minat Menabung (Variabel Y) .....	54
C. Analisis Data	
1. Uji Validitas .....	60
2. Uji Realibilitas.....	61
3. Uji Regresi Linier Sederhana .....	62
4. Uji Parsial (Uji t) .....	63
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	66

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurrasyidin Tembilahan



Hak Cipta Milik STAL Auliaurrasyidin Tembilahan



## DAFTAR TABEL

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

	Hal
Tabel II. 1	Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional ..... 12
Tabel III. 1	Tabel Skor Penilaian Jawaban Angket..... 42
Tabel IV. 1	Profil Tenaga Kependidikan..... 49
Tabel IV. 2	Sarana ..... 49
Tabel IV. 3	Prasarana..... 49
Tabel IV. 4	Saya tertarik menjadi nasabah setelah saya membaca brosur Bank Riau Kepri Syariah..... 51
Tabel IV. 5	Saya tertarik menjadi nasabah ketika adanya promosi dalam bentuk pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah..... 52
Tabel IV. 6	Saya tertarik menabung ketika promosi di sekolah, bank menjelaskan tentang produk bank secara rinci..... 52
Tabel IV. 7	Saya tertarik menjadi nasabah ketika pelayanan yang diberikan sangat baik, ramah dan memuaskan ..... 53
Tabel IV. 8	Saya tertarik menabung di Bank Riau Kepri ketika melihat adanya sosialisasi dan bazar ..... 53
Tabel IV. 9	Saya tertarik karena adanya program promosi Bank Riau Kepri Syariah disekolah, sehingga berminat menabung ..... 54
Tabel IV. 10	Saya menabung di Bank Riau Kepri Syariah atas keinginan saya sendiri ..... 54
Tabel IV. 11	Saya berkeinginan menabung di Bank Riau Kepri Syariah karena adanya sistem bagi hasil ..... 55
Tabel IV. 12	Saya tertarik menabung di Bank Riau Kepri Syariah ketika saya mendengarkan penjelasan promosi saya yakin produk-produk sesuai dengan syariah..... 55
Tabel IV. 13	Saya tertarik dengan keramahan dalam menjelaskan promosi, sehingga saya berminat menabung ..... 56
Tabel IV. 14	Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Promosi (Variabel X) ..... 57
Tabel IV. 15	Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Minat Menabung (Variabel Y)..... 58
Tabel IV. 16	Hasil Uji Validitas Variabel X (Promosi) ..... 61
Tabel IV. 17	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Menabung) ..... 61
Tabel IV. 18	Hasil Uji Realibilitas Variabel X (Promosi) dan variabel Y (Minat Menabung)..... 62
Tabel IV. 19	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coeicients ..... 62
Tabel IV. 20	Coffisients <sup>a</sup> ..... 64
Tabel IV. 21	Model Summary <sup>b</sup> ..... 65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Dokumentasi

Lampiran II

Lampiran III

Lampiran IV

Lampiran V

Lampiran VI

Lampiran VII

Lampiran VIII

Lampiran IX

Lampiran X



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah secara umum adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>1</sup>

Menurut Undang-Undang No.21 tahun 2008, “Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.<sup>2</sup> Sejak kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran gerakan renaissance islam modern yaitu, neorevivalis dan modernis.<sup>3</sup>

Dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah, dilakukan berbagai upaya diantaranya promosi. Promosi adalah komunikasi tentang organisasi dan produk-produknya yang dimaksudkan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan anggota pasar

<sup>1</sup>M. Nur rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 98.

<sup>2</sup>*ibid.*

<sup>3</sup>*ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrahyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrahyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrahyidin Tembilahan

sasaran.<sup>4</sup> Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya.<sup>5</sup> Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.<sup>6</sup>

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>7</sup> Minat menabung nasabah yaitu keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank.

Di kota Tembilahan sudah ada beberapa perbankan syariah seperti Bank Syariah Mandiri, Bank BRI syariah dan Bank riau Kepri capem Tembilahan, walaupun jumlah bank konvensional lebih mendominasi di kota Tembilahan. Pada tahun 2012 Bank Muamalat sempat beroperasi di kota Tembilahan. Akan tetapi pada tahun 2016 Bank Muamalat di kota Tembilahan resmi ditutup secara permanen di faktorkan minimnya promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat pada saat itu.

Pengamatan yang telah saya lakukan di Bank Riau Kepri Syariah Capem Tembilahan pada hari Kamis tanggal 13 Februari 2020, saya melihat kurangnya nasabah yang melakukan transaksi di Bank tersebut, baik dalam

<sup>4</sup>Pride Hughes Kapoor, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm. 564.

<sup>5</sup>M. Nur rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 169.

<sup>6</sup>*Ibid.*

<sup>7</sup>Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2017), hlm. 166.



transaksi di Customer service maupun transaksi di Teller. Dalam meningkatkan jumlah nasabah terutama nasabah menabung di Bank Riau Kepri Syariah melakukan promosi secara efektif, baik promosi secara langsung seperti mempromosikan produk-produk bank maupun tidak langsung seperti ulama bertaushiah mengenai larangan Riba yang menunjukkan kita bahwa Bank syariahlah tempat kita untuk menabung.

Salah satu promosi yang dilakukan oleh Bank Riau Kepri Syariah mempromosikan produk tabungan simpel iB di sekolah-sekolah yang ada di Tembilahan seperti Yayasan Ashofa, di SDN 003 Tembilahan Hulu dan di SMKN 1 Tembilahan.

Bank Riau kepri Syariah Capem Tembilahan mempunyai berbagai macam produk, baik produk penghimpunan dana seperti Deposito iB, Tabungan iB Sinar, Tabungan iB simpel, Tabungan iB dhuha dan Giro iB maupun produk dalam penyaluran dana seperti Pembiayaan iB Pemilikan rumah, Pembiayaan iB pengusaha kecil, pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor, Pembiayaan iB niaga primadan Gadai emas iB (Rahn). Salah satu produk penghimpunan dana yaitu produk simpel (Tabungan pelajar) yang merupakan produk yang dibuat oleh aturan pemerintah.

Tabungan simpel iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank Indonesia dengan persyaratan yang mudah dan sederhana dalam rangka edukasi untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan Simpel iB merupakan bentuk produk tabungan dengan akad Wadi'ah dan tidak memiliki biaya administrasi dalam menabung. Tabungan Simpel diperuntukkan untuk siswa yang berusia dibawah 17



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**



**Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan

tahun dan belum memiliki KTP, baik itu siswa SD, SMP, SMA sederajat atau madrasah seperti MI, MTS dan MA.

Pada tahun 2019, Bank Kepri Syariah capem Tembilahan telah melakukan promosi produk tabungan Simpel iB ke sekolah yang ada di kota Tembilahan seperti promosi di Yayasan Ashofa, di SDN 003 Tembilahan Hulu dan di SMKN 1 Tembilahan.

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan di SD 003 Tembilahan Hulu yang memiliki jumlah siswa 365 orang, hanya terdapat 32 siswa yang menabung di Bank Kepri Syariah capem Tembilahan. Minimnya siswa yang menabung di SD 003 Tembilahan Hulu merupakan PR bagi bank Riau Kepri Syariah capem Tembilahan dalam meningkatkan minat nasabah dalam menabung.

Dari tiga sekolah yang sudah dipromosikan berupa tabungan simpel iB oleh Bank Riau Kepri Syariah capem Tembilahan, peneliti ingin meneliti di SDN 003 Tembilahan Hulu dengan alasan SDN 003 Tembilahan Hulu memiliki jumlah siswa yang sedikit hanya berjumlah 365 orang untuk memudahkan pengambilan jumlah sampel oleh peneliti dan lokasi SDN 003 Tembilahan tidak jauh jarak lokasinya dari rumah peneliti. Melihat kondisi tersebut, maka penulis memilih objek siswa di SD 003 Tembilahan Hulu untuk sejauh mana pengaruh promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi terhadap Minat siswa Menabung di Bank Riau Kepri Syariah”**.



## B. Permasalahan Penelitian

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Belum maksimalnya program promosi yang dilakukan Bank-bank syariah.
- b. Masih banyak siswa tidak mengerti produk-produk tabungan Bank Riau Kepri syariah
- c. Masih banyak anak usia belum menabung di Bank Riau kepri Syariah

### 2. Batasan Masalah

Agar permasalahan peneliti menjadi lebih spesifik dan tidak meluas diluar pembahasan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Masalah yang akan diteliti tentang pengaruh Promosi terhadap minat siswa SDN 003 Tembilahan Hulu menabung di Bank Syariah.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui seberapa signifikannya pengaruh Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah.

### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi syariah khususnya mengenai perbankan syariah, serta untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarana Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan.

#### b. Secara praktis

##### 1) Untuk siswa

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai penambah wawasan dan pengetahuan serta mengerti mengenai perbankan syariah dan sebagai bahan informasi khususnya dalam bidang ekonomi syariah sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya

2) Untuk peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

3) Untuk Bank Syariah

Hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan dan pengetahuan terkait minat siswa menabung di Bank Syariah.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Aulaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Aulaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Aulaurrasyidin Tembilahan



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. Bank Syariah

###### a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-qur'an da hadis. Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) islam.<sup>8</sup>

Menurut Muhammad dan Donna, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang mengoperasikannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.<sup>9</sup>

Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008, “Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.<sup>10</sup>

<sup>8</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 16.

<sup>10</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, (Bndung: CV. Pustaka Setia, 2012), hlm. 98.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, peneliti dapat memahami bahwa Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.

b. Tujuan bank syariah

Herry Sutanto dan Khaerul Umam mengemukakan bahwa terdapat tujuan utama perbankan dan keuangan islam dari perspektif islam mencakup :

1. Penghapusan bunga dari semua transaksi keuangan dan pembaruan semua aktivitas bank agar sesuai dengan prinsip islam.
2. Distribusi pendapatan dan kekayaan yang wajar.
3. Mencapai kemajuan pembangunan ekonomi.<sup>11</sup>

c. Landasan hukum perbankan syariah

1. Al-qur'an al-karim

a) Firman Allah QS. An-nisa'[4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا {29}

*"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantaramu..."<sup>12</sup>*

<sup>11</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op.Cit.*, hlm. 108-109.

<sup>12</sup>Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah*, (Bandung: CV. ALfabeta, 2010), hlm. 166.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

- b) Firman Allah QS. Al-Baqarah [2]: 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ {275}

“... dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”<sup>13</sup>

2. Hadist

- a) “Nabi bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).
- b) “Perdamaian dapat dilakukan diantara kaum muslimin, kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”(HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf).<sup>14</sup>

d. Produk-produk Bank Syariah

1. Produk penghimpunan dana (*funding*)

Nur Rianto Al Arif menyatakan bahwa ada beberapa produk bank syariah dalam produk penghimpunan dana yaitu:

- a) Tabungan  
Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat *likuid*, artinya produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan.<sup>15</sup>
- b) *Deposito*

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 167.

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm. 168.

<sup>15</sup>Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hlm. 346.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

*Deposito* adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal dan jangka waktu tertentu, yang bagi hasilnya lebih tinggi dari pada tabungan biasa atau tabungan berencana.<sup>16</sup>

c) *Giro*

*Giro* adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka.<sup>17</sup>

2. Produk penyalur dana (*financing*)

Nur Rianto Al Arif mengemukakan bahwa terdapat produk bank syariah dalam produk penyaluran dana yaitu:

- a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli  
Akad yang dipergunakan produk jual beli ini adalah sebagai berikut:
  - 1) *Murabahah*
  - 2) *Ba'I As-salam*
  - 3) *Istishna*<sup>18</sup>
- b) Pembiayaan dengan prinsip sewa  
Akad yang dipergunakan produk sewa-menyewa ini adalah sebagai berikut:
  - 1) *Ijarah*
  - 2) *Ijarah muntahia bit tamlik (IMBT)*
- c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil  
Produk perbankan yang termasuk dalam kelompok ini dan sering digunakan oleh perbankan syariah adalah:
  - 1) *Musyarakah*
  - 2) *Mudharabah*<sup>19</sup>
- d) Pembiayaan dengan akad pelengkap  
Pembiayaan dengan akad pelengkap ditujukan untuk memperlancar pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip di atas. Akad pelengkap tersebut, yaitu sebagai berikut:
  - 1) *Hawalah*
  - 2) *Rahn*
  - 3) *Qardh*
  - 4) *Wakalah*
  - 5) *Kafalah*<sup>20</sup>

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm. 347.

<sup>17</sup>*Ibid.*

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 354.

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm. 361.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

### 3. Produk jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang kelebihan dana (*surplus of fund*) dan kekurangan dana (*deficit of fund*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. “Menurut Nur Rianto Al Arif mengemukakan bahwa terdapat produk jasa perbankan yaitu:

- a) *Sharf* (Jual beli valuta asing)
- b) *Wadi'ah* (titipan)<sup>21</sup>

### e. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Adapun perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional yaitu sebagai berikut:

**Tabel II.1**  
**Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

No	Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Falsafah	Tidak berdasarkan bunga, spekulasi dan ketidakjelasan	Berdasarkan bunga
2.	Operasional	a. Dana masyarakat berupa titipan dan investasi yang baru akan mendapatkan hasil jika “diusahakan” terlebih dahulu. b. Penyaluran pada usaha yang halal dan menguntungkan	a. Dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo b. Penyaluran pada sektor yang menguntungkan, aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama
3.	Aspek Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang terutang dalam visi dan misi	Tidak diketahui secara tegas

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 364.

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 369.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

4.	Organisasi	Harus memiliki Dewan Pengawas Syariah	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah <sup>22</sup>
----	------------	---------------------------------------	---

Sumber : M. Nur Rianto Al Arif, 2012

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi (*promotion*) adalah fungsi memberi informasi, melakukan persuasi dan mempengaruhi keputusan untuk membeli.<sup>23</sup> Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat serta nilai yang paling sering diidentikkan sebagai aktifitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Tanpa promosi jangan harap nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menari dan mempertahankan nasabahnya. Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, produk juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.<sup>24</sup>

Menurut W.J. Stanton, “promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 329-330.

<sup>23</sup>Louis E.Boone dan David L.Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 150.

<sup>24</sup>M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm. 169.

memberitahukan, membujuk dan mengingatkan mengenal produk perusahaan”.<sup>25</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut, maka peneliti dapat memahami bahwa promosi merupakan teknik pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat menginformasikan kepada pelanggan (*customer*) supaya mengetahui produk-produk dan jasa-jasa yang dimiliki perusahaan serta membujuk pelanggan supaya dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli.

b. Tujuan promosi

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, memengaruhi, membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa perusahaan.<sup>26</sup> Nur Rianto Al Arif mengemukakan tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Ada beberapa tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk-produk yang dihasilkan.
- 2) Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.
- 3) Menjual *goodwill image* dan *idea* yang baik tentang bank bersangkutan.<sup>27</sup>

c. Peran promosi

Peran promosi adalah untuk memfasilitasi pertukaran langsung atau tidak langsung dengan menginformasikan individu,

<sup>25</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 349.

<sup>26</sup>*ibid.*

<sup>27</sup>M.Nur Rianto Al Arif. *Op.Cit.*, hlm.171.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

kelompok, atau organisasi, serta memengaruhi mereka untuk menerima produk suatu perusahaan atau untuk memiliki perasaan yang lebih positif tentang perusahaan. Untuk mempercepat perubahan secara langsung, pemasar menyampaikan informasi tentang barang, jasa dan ide-ide perusahaan untuk segmen pasar tertentu. Peran yang lebih luas dari promosi adalah untuk mempertahankan hubungan positif antara perusahaan dan berbagai kelompok di lingkungan pemasaran.<sup>28</sup>

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa peran promosi adalah sebagai media informasi untuk menginformasikan harga, tempat dan produk-produk yang dihasilkan perusahaan yang bertujuan untuk mempengaruhi pelanggan (*customer*) ataupun nasabah.

d. Elemen promosi

Pride Hughes menyatakan ada 3 elemen penting dari sasaran atau target dari sebuah promosi, yaitu :

- 1) Pembentukan merek (*branding*)
- 2) Layanan kepada konsumen berupa komunikasi dan penyampaian sebuah informasi
- 3) Menciptakan kesetiaan pelanggan<sup>29</sup>

e. Bauran Promosi

Bauran promosi (*promotion mix*) adalah kombinasi tertentu dari metode promosi yang digunakan perusahaan untuk mencapai pasar sasaran. Susunan bauran tergantung banyaknya faktor meliputi

<sup>28</sup>Pride Hughes Kapoor, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm. 565.

<sup>29</sup>Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 392.

sumber daya dan tujuan promosi perusahaan, sifat dari pasar sasaran, karakteristik produk, dan kelayakan dari berbagai metode promosi.<sup>30</sup>

Menurut Louis E.Boone bauran promosi terdiri atas dua yaitu komponen penjualan personal dan nonpersonal yang digabungkan oleh pelaku pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan target perusahaan mereka dan secara efektif dan efisien menyampaikan pesannya kepada pelanggan.<sup>31</sup>

f. Alat-alat promosi (*promotion tools*)

Berikut ini adalah alat-alat dalam promosi yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan, yaitu:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan (*advertising*) adalah semua bentuk penyajian dan promosi non-personal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh bank tertentu.<sup>32</sup> Menurut Leonardus Saiman iklan dapat dipasang diberbagai media, seperti:

- a) Pemasangan *billboard* di jalan, tempat atau lokasi yang strategis
- b) Pencetakan brosur yang ditempel/ disebarkan disetiap pusat pembelanjaan atau tempat-tempat strategis
- c) Pemasangan spanduk/ umbul-umbul di jalan, tempat atau lokasi yang dianggap strategis
- d) Pemasangan iklan melalui media cetak, seperti koran, majalah tabloid, buku dan lain sebagainya
- e) Pemasangan iklan media elektronik, seperti internet, radio, televisi, film dan sebagainya.<sup>33</sup>

Ada 2 jenis iklan yang paling mendasar adalah iklan produk dan iklan institusional. Iklan produk (*product*

<sup>7</sup>Pride Hughes Kapoor, *Op.Cit.*, hlm. 564.

<sup>8</sup>Louis E.Boone dan David L.Kurtz, *Op.Cit.*, hlm. 151.

<sup>32</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

<sup>33</sup>Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik dan kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 230-231.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

*advertising*) terdiri atas pesan yang dirancang untuk menjual barang atau jasa tertentu. Iklan untuk jus *Nantucket Nectars*, *iPods* dan kartu kredit *Capital One* adalah contoh-contoh iklan produk. Iklan institusional (*Institutional advertising*) melibatkan pesan yang mempromosikan konsep, ide, falsafah, atau niat baik untuk industri, perusahaan, organisasi, atau badan pemerintah.<sup>34</sup>

Menurut Nur Rianto Al Arif Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan oleh perusahaan sebagai media promosi, yaitu:

- a) Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank.
- b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- c) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari pada calon nasabah baru.
- d) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank mengiklankan.<sup>35</sup>

Hendro mengemukakan bahwa ada Hal yang penting dalam tahapan-tahapan proses pembuatan iklan adalah sebagai berikut:

- a) Tujuan iklan

Ada beberapa tujuan iklan, yaitu :

- (1) Iklan untuk informasi
- (2) Iklan sebagai persuasi
- (3) Iklan sebagai pengingat

<sup>34</sup>Louis E.Boone dan David L.Kurtz, *Op.Cit.*, hlm. 155.

<sup>35</sup>M Nur Rianto Al Arif , *Op.Cit.*, hlm. 175-176.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

b) Membuat dan memutuskan jumlah anggaran yang telah ditentukan oleh perusahaan

c) Menentukan iklan

Sebuah iklan memerlukan pesan iklan untuk mengetahui pencarian iklan, evaluasi pesan dan pelaksanaan pesan

d) Mencari dan memutuskan media iklan

Ada beberapa hal yang perlu diketahui dalam menentukan media iklan, yaitu:

- (1) Jangkauan media dan pasar yang dibidiknya
- (2) Memilih jenis media sehubungan dengan anggaran dan jangkauannya
- (3) Menyeleksi alternatif-alternatif media yang akan dipilih dan kemudian dicari yang optimal
- (4) Menentukan waktu peluncuran di media.

e) Mengevaluasi program iklan yang telah dilakukan dengan cara:

(1) Mengukur pengaruh komunikasi

Apakah sebuah iklan bisa berkomunikasi dengan konsumen dan pasar sasaran secara efektif? Seberapa besar pengaruhnya? Untuk itu diperlukan sebuah riset dan survei terhadap konsumen sebelum membuat sebuah iklan.

(2) Mengukur pengaruh penjualan

Sebuah iklan mempunyai keterkaitan yang begitu erat dengan penjualan. Dalam hal ini, tujuan jangka panjangnya adalah kesadaran untuk membeli produk. Cara melihat pengaruh dari sebuah iklan adalah membandingkan antara penjualan masa lampau pada bulan yang sama tanpa menggunakan iklan dan penjualan setelah menggunakan iklan. Bandingkan antara perubahan penjualan dengan anggaran yang telah dikeluarkan.<sup>36</sup>

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.<sup>37</sup> Tujuan promosi penjualan adalah untuk

<sup>36</sup>Hendro, *Op.Cit.*, hlm. 393-394.

<sup>37</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Loc.Cit.*



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sampel produk.

Herry Sutanto dan Khaerul Umam menyatakan bahwa terdapat tiga manfaat promosi penjualan, yaitu:

- a) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian nasabah untuk membeli.
- b) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- c) Invitasi mengharapkn nasabah segera merealisasikan pembelian produk perbankan.

Adapun tahapan promosi penjualan:

- a) Menentukan tujuan yang akan dicapai dari program penjualan tersebut.
- b) Menyeleksi alat-alatnya atau apa yang akan ditawarkan dari program promosi penjualan tersebut.
- c) Menyusun program promosi penjualan yang sesuai.

- d) Melakukan pengujian pendahuluan atas program.
- e) Melaksanakan dan mengendalikan program.
- f) Mengevaluasi hasil dari program promosi penjualan.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam promosi penjualan:

- a) *Establish the sales promotion objective and select the sales promotion tools* (menetapkan dan menyeleksi promosi penjualan berdasarkan tujuan dari promosi penjualan). Perusahaan mengidentifikasi terlebih dahulu apa tujuan yang ingin dicapai dari promosi penjualan yang ingin dilakukan, kemudian menetapkan jenis promosi penjualan yang paling tepat untuk mencapai tujuan tersebut.
- b) *Size of incentive* (besarnya insentif). Berupa besaran insentif yang akan diberikan kepada pelanggan. Misalkan suatu bank syariah melakukan promosi penjualan berupa hadiah kepada nasabah, maka bank syariah harus menghitung hadiah-hadiah apa saja yang akan diberikan kepada nasabah.
- c) *Duration and timing of promotion* (lamanya dan jangka waktu promosi), ini biasa kita lihat yaitu dengan pengundian hadiah pada bank syariah yang memiliki beberapa periode waktu.
- d) *Total sales promotion budget* (besarnya anggaran penjualan keseluruhan yang tersedia).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

e) *Competition* (Kompetisi).

f) *Market condition* (Kondisi Pasar)

Bagi Bank program promosi penjualan dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu:

- a) Pemberian tingkat bagi hasil khusus (*special rate*) untuk nasabah yang menaruh sejumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat diantara bank.
- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan saldo tertentu. Misalkan kepada nasabah yang memiliki saldo di atas jumlah tertentu, ditiadakan biaya administrasi atas tabungannya. Atau nasabah yang memilih layanan perbankan prioritas maka mendapatkan beberapa kemudahan atau fasilitas tambahan dibandingkan nasabah biasa, misalkan antrian khusus yang diberikan kepada nasabah prioritas.
- c) Pemberian cinderamata, hadiah seta kenangan-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia. Misalkan program 365 hadiah umroh yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah *Shar-E*.
- d) Bentuk promosi penjualan lainnya.

Sama seperti hal dengan kegiatan periklanan, maka promosi penjualan juga memiliki program tersendiri. Nur Rianto Al Arif mengemukakan dalam praktik program promosi

penjualan memiliki 3 macam cara, yaitu:

- a) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian berhadiah.
- b) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c) Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan. Misalkan program 1000 agen yang dilancarkan produk pembersih piring *sunlight*.<sup>38</sup>

### 3) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Menurut Leonardus Saiman, “Penjualan pribadi adalah penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh *salesman* atau *salesgirl* dengan cara *door to door* (pinu ke pintu)”.<sup>39</sup> Hendro menyatakan bahwa bentuk penjualan pribadi dapat digunakan untuk:

- a) Menginformasikan produk secara langsung ke calon konsumen.
- b) Mengenalkan manfaat produk secara langsung.
- c) Membuat calon pelanggan mengetahui, mengenal dan mengerti cara serta fungsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- d) Melakukan persuasi kepada calon pelanggan untuk membeli produk.
- e) Meyakinkan dan membuat calon pelanggan agar percaya akan keunggulan produk yang ditawarkan.<sup>40</sup>

Menurut Hendro penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

- a) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

<sup>38</sup>M.Nur Rianto Al Arif. *Op. Cit.*, hlm.178-180.

<sup>39</sup>Leonardus Saiman. *Op. Cit.*, hlm. 231.

<sup>40</sup>Hendro, *Op. Cit.*, hlm. 393.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

- b) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
- c) Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh bank.
- d) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pihak bank yang diwakili oleh petugas pelayanan dengan nasabah.
- e) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- f) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank.<sup>41</sup>

#### 4) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata para konsumennya.<sup>42</sup>

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Merupakan ruang editorial yang terdapat di semua media yang dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan-tujuan penjualan dan tidak dibayar. Publisitas disebut juga hubungan masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah agar nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Alat publisitas yang dapat digunakan, yaitu:

<sup>41</sup>M.Nur Rianto Al Arif.. *Op.Cit.*, hlm. 180-181.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

a) Hubungan pers

Hubungan pers yaitu untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik perhatian publik terhadap seseorang, produk atau jasa.

b) Publisitas produk

publisitas produk yaitu usaha untuk mempublikasikan produk tersebut secara khusus, misalkan menggelar acara *launching* produk baru perbankan.

c) Komunikasi perusahaan

Komunikasi perusahaan yaitu mencakup komunikasi *intern* ataupun *eksterndalam* menciptakan saling pengertian perusahaan.

d) *Lobbying*

*Lobbying* yaitu kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapus undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.

e) Bimbingan

Bimbingan yaitu nasihat kepada manajemen tentang persoalan-perosalan kemasyarakatan mengenai posisi perusahaan maupun citra perusahaan.

Adapun tujuan dari publisitas yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

- a) Pantas diberitakan, yaitu produk dengan cerita-cerita menarik merupakan calon terbaik untuk publisitas. Misalkan testimoni nasabah atas kenyamanan produk layanan suatu bank syariah.
- b) Rangsangan bagi wiraniaga dan penyalur, dimana publisitas membentuk kerja wiraniaga dan meningkatkan semangat para penyalur.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

- c) Kebutuhan kredibilitas, yaitu untuk meningkatkan kredibilitas dengan mengkomunikasikan melalui konteks editorial.
- d) Anggaran kecil, yaitu dengan memakan biaya lebih sedikit dibandingkan dengan model *direct mail*.

Nur Rianto Al Arif menyatakan Adapun ukuran keberhasilan publisitas dilihat dari, sebagai berikut:

- a) Penampilannya, dengan menghitung jumlah penampilan di media. Misalkan menghitung jumlah iklan bank syariah per hari yang ditayangkan oleh stasiun televisi.
  - b) Perubahan kesadaran atau pemahaman, namun memerlukan survei variabel sebelum dan sesudah kampanye. Harus dilakukan pengukuran apakah *brand awareness* masyarakat terhadap produk tersebut semakin meningkat setelah adanya publisitas ataukah menurun.<sup>43</sup>
- g. Sifat-sifat *promotion tools*
- 1) Sifat *Advertising*(periklanan)
    - a) Presentasi umum, artinya *advertising* yang bersifat umum tersebut memberikan semacam keabsahan pada produk dan menyarankan tawaran yang terstandarisasi.
    - b) Tersebar luas, artinya *advertising* adalah media yang berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang pesan berkali-kali. *Advertising* juga memungkinkan pembeli menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing.
    - c) Ekspresi yang lebih kuat, artinya periklanan memberikan peluang untuk mendramatisasi bank dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang penuh seni.

<sup>43</sup>M.Nur Rianto Al Arif.*Op.Cit.*, hlm. 185-186.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

- d) Tidak bersifat pribadi, artinya audiens sasaran tidak merasa wajib untuk memberikan perhatian dan menanggapi *advertising*. Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog dengan audiens.
- 2) Sifat *sales promotion* (Promosi penjualan)
    - a) Komunikasi, artinya promosi penjualan menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarahkan nasabah ke produk yang bersangkutan.
    - b) Insentif, artinya promosi penjualan menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan atau kontribusi yang memberi nilai bagi nasabah.
    - c) Ajakan, artinya promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.
  - 3) Sifat *personal selling* (penjualan pribadi)
    - a) Konfrontasi personal, artinya *personal selling* mencakup hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak dapat mengobservasi reaksi dari pihak lain dengan lebih dekat.
    - b) Mempererat, artinya *personal selling* memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan, mulai hubungan penjualan sampai dengan hubungan persahabatan.
    - c) Tanggapan, artinya *personal selling* membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan wiraniaga.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan

- 4) Sifat *publicity* (publisitas)
  - a) Kredibilitas yang tinggi, artinya cerita dan gambar mengenai beritanya lebih otentik dan dipercaya oleh pembaca dibandingkan dengan iklan.
  - b) Kemampuan menangkap pembeli yang tidak dibidik sebelumnya, artinya humas dapat menjangkau banyak calon pembeli yang cenderung menghindari wiraniaga dan iklan.
  - c) Dramatisasi, artinya humas memiliki kemampuan untuk mendramatisasi suatu bank atau produk.
- h. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menyusun bauran promosi  
Herry Sutanto dan Khaerul Umam mengemukakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menyusun bauran promosi yaitu:
  - 1) Jenis-jenis produk  
Alokasi anggaran promosi pada alat-alat promosi, tergantung pada jenis produk, yaitu akan memasarkan produk konsumsi (*consumers goods*) atau produk industri (*industrial goods*).
  - 2) Strategi dorong (*push strategy*) atau strategi tarik (*pull strategy*)  
*Push strategy* : produsen menggunakan “aktivitas pemasaran” untuk membujuk retailer supaya mengambil dan mempromosikan produk kepada konsumen akhir.  
*Pull strategy* : produsen menggunakan aktivitas pemasarannya untuk membujuk nasabah akhir membeli produk dari retailer, sehingga retailer akan membeli produk dari produsen.
  - 3) Tahap kesiapan nasabah akhir untuk membeli  
Pada tahap kesadaran (*awareness*): iklan dan publisitas adalah yang paling efektif dalam biaya promosi. Pada tahap pengertian: *advertising and personal selling* paling efektif dalam biaya promosi. Pada tahap keyakinan: *personal selling* paling efektif dalam biaya promosi. Pada tahap pemesanan/ *closing the sales: personal selling and sales promotion* paling efektif. Pada tahap pembelian

ulang: *sales promotion, personal selling*, serta sedikit *advertising* sebagai *reminder* (pengingat).<sup>44</sup>

i. Promosi berdasarkan perspektif islam

Konsep promosi yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menjual tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat atau memujuk pembeli. Nabi Muhammad SAW dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang, walaupun ada yang bersumpah, Nabi Muhammad SAW menyarankan orang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Sumpah yang diucapkan untuk melariskan perniagaan dapat merusak keuntungan.”(HR. Muslim, dari Abu Hurairah R.A).<sup>45</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud promosi berdasarkan perspektif islam adalah promosi yang dilakukan dengan cara tidak bersumpah atau berjanji palsu, tidak menyembunyikan kondisi produk dan tidak melebih-lebihkan keadaan produk.

### 3. Minat Menabung

a. Pengertian minat menabung

“Menurut Fuad Hasan istilah minat menunjuk pada adanya intensitas perhatian yang tinggi seseorang terhadap suatu hal,

<sup>44</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op.Cit.*, hlm. 380-382.

<sup>45</sup>Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Al-Lu'lu'al marjan Mutiara Hadist Shahih Bukhari dan Muslim*, hlm. 316.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

peristiwa, orang atau benda”.<sup>46</sup> Menurut Murhibin Syah, “secara sederhana minat (*interest*) berarti kecenderungan dan keanginan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”.<sup>47</sup>

Menurut Slameto, “Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri”.<sup>48</sup>

“Sedangkan menabung menurut Muhammad Syafi’I Antonio adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan”.<sup>49</sup>

Dalam Al-qur’an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Berikut ini ayat yang berhubungan dengan menabung yaitu:

- 1) Surah An-nisa ayat 9

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا {9}

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka.

<sup>46</sup>Fuad Hasan, dkk, *Kamus Istilah Psikologi*, (Jakarta: Progres, 2003), hlm. 78.

<sup>47</sup>Murhibin Syah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 152.

<sup>48</sup>Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 180.

<sup>49</sup>Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syari’ah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 153.

Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwakepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (An-nisa : 9).<sup>50</sup>

2) Surah Al-Baqarah ayat 266

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ {266}

Artinya : “Apakah ada salah seorang diantaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil(lemah)...” (Al-Baqarah : 266).<sup>51</sup>

Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung.

Dari penjelasan tersebut, maka peneliti dapat memahami bahwa minat menabung merupakan suatu rasa ketertarikan dan rasa lebih suka dalam menyimpan uang atau menabung.

<sup>50</sup>Ibid., hlm. 153.

<sup>51</sup>Ibid., hlm. 154.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

Menurut Irham Fahmi, ada beberapa alasan secara umum yang menyebabkan seseorang menabung diperbankan yaitu :

- 1) Sebagai dana yang disiapkan untuk bisa ditarik kapan saja dan dimana saja.
- 2) Untuk membangun kenyamanan dan keamanan karena tersimpan ditempat yang terjamin, serta membangun administrasi yang terkontrol.
- 3) Sebagai penyisihan dana untuk masa depan dengan keuntungan bunga yang bersifat tetap (*fixed*)<sup>52</sup>

b. Penentuan Minat

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik berasal dari individu itu sendiri ataupun dari lingkungan masyarakat. Crow & Crow mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:

1. Faktor dorongan dari dalam
2. Faktor motif sosial
3. Faktor emosional atau perasaan.<sup>53</sup>

c. Aspek-aspek minat menabung

Menurut Lucas dan Britt ada beberapa aspek yang terdapat dalam minat menabung antara lain, sebagai berikut:

1. Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
3. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.<sup>54</sup>

<sup>52</sup>Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hlm. 63.

<sup>53</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 264.

<sup>54</sup>Dwi Ana Ratna Utami, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, (jurnal perbankan syariah: Vol. 1, Nomor 1, Mei 2017), hlm. 23.



## B. Penelitian Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan mengenai fenomena yang berkaitan dengan penelitian yang akan penulis angkat, antara lain:

Penelitian Khoirul Jaswadi yang berjudul “Pengaruh keyakinan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan”. Hasil menunjukkan bahwa Keyakinan, promosi dan lokasi mengalami pengaruh terhadap minat masyarakat muslim menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan. Hal ini dapat dilihat pada nilai  $F_{Hitung}(84,190) > F_{tabel}(2,70)$ . Persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang minat menabung. Perbedaan dalam penelitian saya dengan penelitian Ini adalah bahwa penelitian ini lokasi penelitiannya di Kabupaten Grobogan sedangkan penelitian yang saya lakukan di Kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir, Memiliki tiga Variabel independen (keyakinan, promosi dan lokasi) sedangkan penelitian yang saya lakukan terdapat satu variabel independen yaitu promosi, penelitian Khoirul Jaswadi teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan regresi linear sederhana.

Penelitian yang dilakukan Putri Andri Yani dengan judul “Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah”. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan dan aignifikan variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan minat calon nasabah dengan nilai  $F_{hitung}(117,494) > F_{tabel}(3,12)$ . Persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian ini adalah sama-sama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan

meneliti tentang minat menabung. Perbedaan dalam penelitian saya dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini memiliki dua variabel independen (promosi dan kualitas pelayanan) sedangkan penelitian yang saya lakukan terdapat satu variabel independen yaitu promosi, penelitian yang dilakukan Putri Andri Yani teknik analisis data nya menggunakan regresi linear berganda sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan regresi linear sederhana.

### C. Kerangka Berpikir

“Menurut Sugiyono, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.<sup>55</sup>

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Adapaun kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu:



### D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>56</sup>

<sup>55</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2016), hlm. 128.

<sup>56</sup>*Ibid.*, hlm. 134.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah  
Ho: Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah
2. Ha: Terdapat signifikan pengaruh promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah  
Ho: Tidak terdapat Signifikan pengaruh promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah

#### E. Konsep Operasional

“Menurut Burhan Bungin, konsep operasional adalah konsep yang dibangun dari teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Konsep Operasional tersebut untuk mempermudah peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan”.<sup>57</sup>

Dalam penelitian ini konsep operasional dibangun dari teori M.Nur Rianto Al Arif dengan indikator sebagai berikut:

1. Variabel X (variabel independen)

Variabel x pada penelitian ini adalah promosi, dengan indikator sebagai berikut:

<sup>57</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 57.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

a. Periklanan

- 1) Pemasangan *billboard* di jalan, tempat atau lokasi yang strategis
- 2) Pencetakan brosur yang ditempel/ disebar di setiap pusat pembelanjaan atau tempat-tempat strategis
- 3) Pemasangan spanduk/ umbul-umbul di jalan, tempat atau lokasi yang dianggap strategis
- 4) Pemasangan iklan melalui media cetak, seperti koran, majalah tabloid, buku dan lain sebagainya
- 5) Pemasangan iklan media elektronik, seperti internet, radio, televisi, film dan sebagainya.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

- 1) Pemberian tingkat bagi hasil khusus (*special rate*) untuk nasabah yang menaruh sejumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat di antara bank.
- 2) Pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia.
- 4) Bentuk promosi penjualan lainnya.

c. Penjualan pribadi (*personal selling*)

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
  - 3) Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh bank.
  - 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pihak bank yang diwakili oleh petugas pelayanan dengan nasabah.
  - 5) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
  - 6) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank.
- d. Publisitas (*publicity*)
- 1) Hubungan pers
 

Hubungan pers yaitu untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik perhatian publik terhadap seseorang, produk atau jasa.
  - 2) Publisitas produk
 

publisitas produk yaitu usaha untuk mempublikasikan produk tersebut secara khusus, misalkan menggelar acara *launching* produk baru perbankan.
  - 3) Komunikasi perusahaan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Komunikasi perusahaan yaitu mencakup komunikasi *intern* ataupun *ekstern* dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

4) *Lobbying*

*Lobbying* yaitu kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapus undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.

5) Bimbingan

Bimbingan yaitu nasihat kepada manajemen tentang persoalan-persoalan kemasyarakatan mengenai posisi perusahaan maupun citra perusahaan.

2. Variabel y (variabel dependen)

Sedangkan variabel y pada penelitian ini, konsep operasional nya dibangun dari jurnal Dwi Ana Ratna Utami dengan judul penelitian nya yaitu Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah, sehingga indikatornya sebagai berikut:

1. Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
3. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.



## BAB III

### Metodologi Penelitian

#### A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, "metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".<sup>58</sup>

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

##### 1. Waktu penelitian

waktu yang digunakan dalam penelitian ini diperkirakan ± 3 bulan.

##### 2. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SDN 003 Tembilahan Hulu jalan Printis.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

##### 1. Subjek penelitian

Menurut Sugiyono, "subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan".<sup>59</sup>

Subjek pada penelitian ini adalah siswa SDN 003 Tembilahan Hulu.

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 36.

<sup>59</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 45.



## 2. Objek penelitian

Menurut Sugiyono, “objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Objek disini juga bisa disebut sebagai variable.”<sup>60</sup> Adapun objek pada penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah.

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi penelitian

Menurut Riduwan, “Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.”<sup>61</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitiannya adalah siswa - siswi SDN 003 Tembilahan Hulu yang berjumlah 365 orang.

### 2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>62</sup>

<sup>60</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2006), hlm.

60.

<sup>61</sup>Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), hlm. 8.

<sup>62</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2016), hlm. 62.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut sugiyono, “*purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.<sup>63</sup> Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria hanya tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu siswa-siswi SDN 003 Tembilaan Hulu yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu siswa-siswi kelas IV, X dan VI.

Adapun sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan teknik *Slovin*, yaitu:

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

Keterangan:

n = Sampel

N= Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (1%, 5% dan 10%)<sup>64</sup>

<sup>63</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hlm. 122.

<sup>64</sup>Ir. Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama)*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 34.

Berdasarkan rumus *Slovin* diatas, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian dengan perkiran tingkat kesalahan sebesar 5%, yaitu:

$$n = \frac{236}{1 + 236.(0,05)^2} = 148$$

Dari hasil menggunakan rumus *Slovin* tersebut, maka diketahui besar sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 148 responden.

### E. Instrumen Penelitian

Menurut Syofian Siregar, “instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.”<sup>65</sup>

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Syofian Siregar, “skala *Likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu”.<sup>66</sup> Jawaban yang setiap item instrumen menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 4 alternatif jawaban sebagai berikut:<sup>67</sup>

<sup>65</sup>*Ibid.*, hlm. 46.

<sup>66</sup>*Ibid.*, hlm. 25.

<sup>67</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Op.Cit.*, hlm. 168.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

**Tabel III. 1**  
**Tabel Skor Penilaian Jawaban Angket**

Bentuk Pilihan Jawaban	Skor Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

##### a. Kuesioner (Angket)

Menurut Burhan Bungin, "kuesioner (angket) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden."<sup>68</sup>

Kuesioner (angket) yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilihnya. Dalam pengumpulan data kuesioner tertutup dianggap memudahkan peneliti, alasannya adalah pada kuesioner tertutup telah dicantumkan berbagai pilihan jawaban, sehingga akan memudahkan

<sup>68</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 133.

bagi peneliti dalam melakukan analisis data berdasarkan pilihan jawaban yang telah dipilih.

b. Dokumentasi

Menurut Riduwan, “dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, serta foto-foto”.<sup>69</sup>

## G. Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut Arikunto, “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”.<sup>70</sup> “Sugiyono mengemukakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”.<sup>71</sup> Uji validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 26.

Cara untuk menguji validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini adalah jumlah sampel. Imam Ghozali mengemukakan bahwa ada kriteria pengujian validitas yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hitung negatif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- c.  $r$  hitung dapat dilihat dalam kolom *corrected item total*

<sup>69</sup>Riduwan, *Op. Cit.*, hlm. 58.

<sup>70</sup>Tukiran Taniredja Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm. 42.

<sup>71</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, Op. Cit.*, hlm. 348.





*correlation*.<sup>72</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sudjana, “Reliabilitas adalah ketepatan atau keajekan alat tersebut dalam menilai apa yang dinilai, Artinya kapan pun alat penilaian tersebut akan digunakan akan memberikan hasil yang relatif sama”.<sup>73</sup>

Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.<sup>74</sup> Untuk mengukur pada penelitian agar dapat dikatakan *reliabel* dengan uji statistik *Cronbach Alpha* pada SPSS versi 26. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliabel* dengan menggunakan teknik ini, bila Koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ )  $> 0,6$ .<sup>75</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Menurut Syofian Siregar, “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul”.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

### 1. Regresi linier Sederhana.

Menurut Iqbal Hasan, “regresi linier sederhana adalah regresi linier di mana variabel yang terikat di dalamnya hanya dua, yaitu satu variabel

<sup>72</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 53-54.

<sup>73</sup>Tukiran Taniredja Hidayati Mustafidah, *Op.Cit.*, hlm. 43.

<sup>74</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, Loc. Cit.*

<sup>75</sup>Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 57.

<sup>76</sup>Syofian Siregar, *Op.Cit.*, hlm. 238.

terikat (Y), dan satu variabel bebas (X) serta berpangkat satu”.<sup>77</sup> Bentuk persamaannya adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Intersep

b = Koefisien regresi

Dalam menguji ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26.

## 2. Uji T

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen yang signifikan secara statistik. Langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut:

a.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dalam menguji ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26.

## 3. Uji r (Koefisien determinasi)

Untuk menguji signifikan koefisien secara praktis maka digunakan uji r. Langkah-langkah analisis uji r ini adalah:

a.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

<sup>77</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm.64.





b.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dalam menguji ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Objek Penelitian

SD Negeri 003 Tembilahan Hulu merupakan salah satu sekolah dasar yang ada di Provinsi Riau Kabupaten Indragiri Hilir tepatnya di Kecamatan Tembilahan . SD Negeri 003 Tembilahan Hulu berdiri pada tahun 1979. Lokasi sekolah terletak di jalan Perintis kelurahan Tembilahan Hulu. SD Negeri 003 Tembilahan Hulu memiliki luas tanah 2.570 M<sup>2</sup> dengan status tanah dan bangunan milik pemerintah (Negara). Jumlah siswa SD Negeri 003 Tembilahan Hulu yaitu 236 siswa yang sekolah dasar ini sekarang di pimpin oleh kepala sekolah yang bernama Syarifah, S.Pd.

##### 2. Visi dan Misi SD Negeri 003 Tembilahan Hulu

###### a. Visi

Terwujudnya sekolah dasar Negeri 003 Tembilahan Hulu yang berkualitas unggul dalam prestasi, kreatif, inovatif serta beriman dan taqwa.

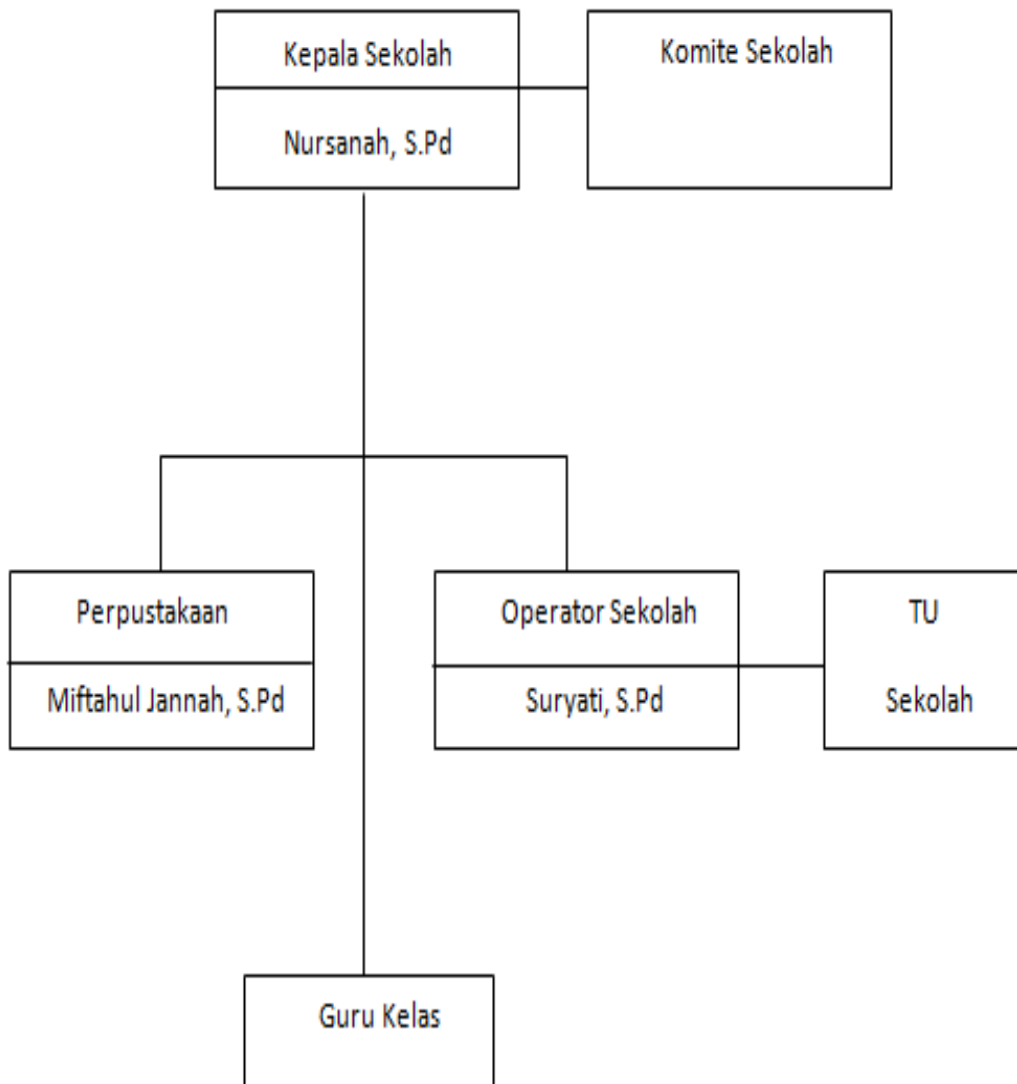
###### b. Misi

1. Melaksanakan pembelajaran secara efektif dan efisien
2. Menumbuh kembangkan suasana belajar yang akrab dan harmonis
3. Menyiapkan sumber belajar yang memadai dan efektif



4. Melaksanakan kegiatan keagamaan untuk membina mental secara terus menerus
5. Melaksanakan pembinaan bidang olahraga dan seni

### 3. Struktur organisasi SD Negeri 003 Tembilahan Hulu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAL Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan



#### 4. Profil Tenaga Kependidikan

**TABEL IV.1**  
**PROFIL TENAGA KEPENDIDIKAN**

Ijazah Tertinggi	Jumlah Personil			Jumlah
	Guru PNS	Guru Bantu	Guru Honor komite	
S2-S3				
S1	13	1	1	15
D3		1		1
D2	9		1	10
SLTA			2	2
Jumlah				28

Sumber : SDN 003 Tembilihan Hulu, 2020.

#### 5. Sarana & Prasarana

**TABEL IV. 2**  
**SARANA**

Ruang	Jumlah	Luas M <sup>2</sup>	Kondisi	
			Baik	Rusak
Teras /Kelas	6	-	√	
Ruang majelis guru	1		√	
UKS	1	6 M <sup>2</sup>	√	
RuangKepsek	1	9 M <sup>2</sup>	√	
Perpustakaan	1	42 M <sup>2</sup>	√	
RuangLaboratorium				
WC siswa	1	6 M <sup>2</sup>		√
WC Guru	1	6M <sup>2</sup>		√
Gudang	1	9 M <sup>2</sup>		√

Sumber : SDN 003 Tembilihan Hulu, 2020.

**TABEL IV. 3**  
**PRASARANA**

##### a. Buku

Buku	Teks	Penunjang	Bacaan	Lain - Lain
I	490	30	25	30
II	478	30	25	30
III	470	45	50	30
IV	450	45	70	20
V	480	45	65	20
VI	450	65	80	39





Jumlah	2818	260	315	169
--------	------	-----	-----	-----

Sumber : SDN 003 Tembilahan Hulu, 2020.

b. Alat peraga

No	Alat Peraga	Unit	Jumlah
1	KIT IPA	Buah	1
2	IPS		
	a. Globe Dunia	Buah	2
	b. Petadinding	buah	5
3	Bahasa		5
4	Matematika	Set	5
5	Torso	Set	1
6	KerangkaManusia	Set	2

Sumber : SDN 003 Tembilahan Hulu, 2020.

## B. Penyajian Data

Data yang disajikan berikut ini berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di SDN 003 Tembilahan Hulu pada siswa/ siswi. Data yang disajikan pada bab ini adalah hasil angket tentang Promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah yang di isi oleh 148 siswa/ siswi. Angket yang disebarakan memuat 5 butir item yang berisi pernyataan untuk mengukur promosi (variabel X) dan 5 butir item yang berisi pernyataan untuk mengukur minat siswa menabung (variabel Y) yang masing-masing item tersedia 5 alternatif jawaban. Angket ini disebarakan dengan cara menitipkan ke wali murid atau murid nya langsung ketika murid berkewajiban mengambil tugas sekolah setiap minggu nya di sekolah. Alasan disebarakan angket dengan cara menitipkan ke wali murid atau murid nya langsung, dikarenakan penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemi covid 19, dimana sekolah belum aktif tatap muka sehingga peneliti tidak bisa memberikan angket secara langsung terhadap siswa/ siswi secara tatap muka.

Data yang dikumpulkan melalui angket akan disajikan dalam bentuk table dan kemudian akan dianalisa. Hasil masing-masing responden dari angket tersebut disajikan seperti dibawah ini:

### 1. Data tentang Promosi (variabel X)

**TABEL IV. 4**  
**Saya tertarik menjadi nasabah setelah**  
**saya membaca brosur Bank Riau Kepri Syariah**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	21	14,19%
	Setuju	96	64,86%
	Ragu-ragu	31	20,95%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menjadi nasabah setelah saya membaca brosur Bank Riau Kepri Syariah. Dari 148 responden, sebanyak 21 siswa dengan persentase 14,20% menjawab “sangat setuju”, 96 siswa dengan persentase 64,90% menjawab “setuju”, 31 siswa dengan persentase 20,90% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV.5**  
**Saya tertarik menjadi nasabah ketika**  
**adanya Promosi dalam bentuk Pemberian cinderamata,**  
**hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah.**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
2	Sangat setuju	27	18,24%
	Setuju	103	69,59%
	Ragu-ragu	18	12,16%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	148	100%





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menjadi nasabah ketika adanya Promosi dalam bentuk Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah. Dari 148 responden, sebanyak 27 siswa dengan persentase 18,20% menjawab “sangat setuju”, 103 siswa dengan persentase 69,60% menjawab “setuju”, 18 siswa dengan persentase 12,20% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

TABEL IV. 6

**Saya tertarik menabung ketika promosi di sekolah, bank menjelaskan tentang produk bank secara rinci.**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
3	Sangat setuju	30	20,27%
	Setuju	94	63,51%
	Ragu-ragu	24	16,22%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menabung ketika promosi di sekolah, bank menjelaskan tentang produk bank secara rinci. Dari 148 responden, sebanyak 30 siswa dengan persentase 20,30% menjawab “sangat setuju”, 94 siswa dengan persentase 63,50% menjawab “setuju”, 24 siswa dengan persentase 16,20% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.



**TABEL IV. 7**  
**Saya tertarik menjadi nasabah ketikapelayanan yang diberikan sangat baik, ramah dan memuaskan.**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
4	Sangat setuju	27	18,24%
	Setuju	109	73,65%
	Ragu- ragu	12	8,11%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menjadi nasabah ketika pelayanan yang diberikan sangat baik, ramah dan memuaskan. Dari 148 responden, sebanyak 27 siswa dengan persentase 18,20% menjawab “sangat setuju”, 109 siswa dengan persentase 73,60% menjawab “setuju”, 12 siswa dengan persentase 8,20% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV. 8**  
**Saya tertarik menabung di Bank Riau Kepri ketika melihat adanya sosialisasi dan bazaar**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	15	10,13%
	Setuju	95	64,19%
	Ragu-ragu	38	25,68%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menabung di Bank Riau Kepri ketika melihat adanya sosialisasi dan bazaar. Dari 148 responden, sebanyak 15 siswa dengan persentase 10,10% menjawab “sangat setuju”, 95 siswa



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

dengan persentase 64,20% menjawab “setuju”, 38 siswa dengan persentase 25,70% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

## 2. Data tentang Minat Menabung (variabel Y)

**TABEL IV. 9**  
**Saya tertarik karena adanya program promosi Bank Riau Kepri Syariah disekolah, sehingga saya berminat menabung**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	14	9,50%
	Setuju	84	56,76%
	Ragu-ragu	50	33,78%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik karena adanya program promosi Bank Riau Kepri Syariah disekolah, sehingga saya berminat menabung. Dari 148 responden, sebanyak 14 siswa dengan persentase 9,50% menjawab “sangat setuju”, 84 siswa dengan persentase 56,80% menjawab “setuju”, 50 siswa dengan persentase 33,70% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV. 10**  
**Saya menabung di Bank Riau Kepri Syariah atas keinginan saya sendiri**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
2	Sangat setuju	20	13,51%
	Setuju	96	64,87%
	Ragu-ragu	32	21,62%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya menabung di Bank Riau Kepri Syariah atas keinginan saya sendiri. Dari 148 responden, sebanyak 20 siswa dengan persentase 13,50% menjawab “sangat setuju”, 96 siswa dengan persentase 64,90% menjawab “setuju”, 32 siswa dengan persentase 21,60% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV. 11**  
**Saya berkeinginan menabung di Bank Riau Kepri Syariah karena adanya sistem bagi hasil**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
3	Sangat setuju	39	26,35%
	Setuju	84	56,76%
	Ragu-ragu	25	16,89%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya berkeinginan menabung di Bank Riau Kepri Syariah karena adanya sistem bagi hasil. Dari 148 responden, sebanyak 39 siswa dengan persentase 26,40% menjawab “sangat setuju”, 84 siswa dengan persentase 56,80% menjawab “setuju”, 25 siswa dengan persentase 16,80% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV. 12**  
**Saya tertarik menabung menabung di bank Riau Syariah ketika saya mendengarkan penjelasan promosi saya yakin produk-produknya sesuai dengan syariah**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
	Sangat setuju	30	20,27%





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan

4	Setuju	97	65,54%
	Ragu-ragu	21	14,19%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik menabung menabung di bank Riau Syariah ketika saya mendengarkan penjelasan promosi, saya yakin produk-produknya sesuai dengan syariah. Dari 148 responden, sebanyak 30 siswa dengan persentase 20,30% menjawab “sangat setuju”, 97 siswa dengan persentase 65,50% menjawab “setuju”, 21 siswa dengan persentase 14,20% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

TABEL IV. 13

**Saya tertarik dengan keramahan dalam menjelaskan promosi,sehingga saya berminat menabung**

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	27	18,24%
	Setuju	89	60,14%
	Ragu-ragu	32	21,62%
	Tidak setuju	0	0%
	Sangat tidak setuju	0	0%
Jumlah		148	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui bahwa salah satu pernyataan yaitu Saya tertarik dengan keramahan dalam menjelaskan promosi,sehingga saya berminat menabung. Dari 148 responden, sebanyak 27 siswa dengan persentase 18,20% menjawab “sangat setuju”, 89 siswa dengan persentase 60,20% menjawab “setuju”, 32 siswa dengan persentase 21,60% menjawab “ragu-ragu”, “tidak setuju”

dan “sangat tidak setuju” tidak dijawab oleh siswa.

**TABEL IV. 14**  
**REKAPITULASI HASIL ANGGKET TENTANG PROMOSI**  
**(VARIABEL X)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Saya tertarik menjadi nasabah setelah saya membaca brosur bank Riau Kepri Syariah.	21	96	31	0	0	148
		14,19%	64,86%	20,95%	0%	0%	100%
2	Saya tertarik menjadi nasabah ketika adanya Promosi dalam bentuk Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah.	27	103	18	0	0	148
		18,24%	69,59%	12,16%	0%	0%	100%
3	Saya tertarik menabung ketika promosi di sekolah, bank menjelaskan tentang produk bank secara rinci.	30	94	24	0	0	148
		20,27%	63,51%	16,22%	0%	0%	100%
4	Saya tertarik menjadi nasabah ketika pelayanan yang diberikan sangat baik, ramah dan memuaskan.	27	109	12	0	0	148
		18,24%	73,65%	8,11%	0%	0%	100%
5	Saya tertarik menabung di Bank Riau Kepri ketika melihat adanya sosialisasi dan bazar.	15	95	38	0	0	148
		10,13%	64,19%	25,68%	0%	0%	100%
<b>Jumlah</b>		120	497	123	0	0	740
<b>Persentase</b>		16,22%	67,16%	16,62%	0%	0%	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil angket tentang pernyataan mengenai promosi (varibel X) diatas, menunjukkan bahwa 120 tanggapan





“Sangat setuju (SS)” dengan persentase 16,22%, 497 tanggapan “Setuju (S)” dengan persentase 67,16%, 123 tanggapan “Ragu-ragu (RG)” dengan persentase 16,62%, 0 tanggapan “Tidak setuju (TS)” dengan persentase 0% dan 0 tanggapan “Sangat tidak setuju (STS)” dengan persentase 0%.

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa siswa memberikan tanggapan atas angket tentang pernyataan mengenai variabel Promosi (X) dari urutan yang lebih banyak sampai kepada yang sedikit ditanggapi yaitu 497 tanggapan “Setuju (S)” dengan persentase 67,16%, 123 tanggapan “Ragu-ragu (RG)” dengan persentase 16,62%, 120 tanggapan “Sangat setuju (SS)” dengan persentase 16,22% dan 0 tanggapan “Tidak setuju (TS)” dan “Sangat tidak setuju (STS)” dengan masing-masing persentase 0%

**TABEL IV. 15**  
**REKAPITULASI HASIL ANGKET TENTANG MINAT MENABUNG**  
**(VARIABEL Y)**

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
1	Saya tertarik karena adanya program promosi Bank Riau Kepri Syariah disekolah, sehingga saya berminat menabung.	14	84	50	0	0	148
		9,50%	56,76%	33,78%	0%	0%	100%
2	Saya menabung di Bank Riau Kepri Syariah atas keinginan saya sendiri	20	96	32	0	0	148
		13,51%	64,87%	21,62%	0%	0%	100%
3	Saya berkeinginan menabung di Bank Riau Kepri Syariah karena adanya sistem bagi hasil.	39	84	25	0	0	148
		26,35%	56,76%	16,89%	0	0	100%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



4	Saya tertarik menabung di bank Riau Syariah ketika saya mendengarkan penjelasan promosi, saya yakin produk-produknya sesuai dengan syariah.	30	97	21	0	0	148
		20,27%	65,54%	14,19%	0%	0%	100%
5	Saya tertarik dengan keramahan dalam menjelaskan promosi, sehingga saya berminat menabung	27	89	32	0	0	148
		18,24%	60,14%	21,62%	0%	0%	100%
<b>Jumlah</b>		130	450	160	0	0	740
<b>Persentase</b>		17,57%	60,81%	21,62%	0%	0%	100%

Sumber : Data Olahan Angket, 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil angket tentang pernyataan mengenai promosi (variabel X) diatas, menunjukkan bahwa 130 tanggapan “Sangat setuju (SS)” dengan persentase 17,57%, 450 tanggapan “Setuju (S)” dengan persentase 60,81%, 160 tanggapan “Ragu-ragu (RG)” dengan persentase 21,62%, 0 tanggapan “Tidak setuju (TS)” dengan persentase 0% dan 0 tanggapan “Sangat tidak setuju (STS)” dengan persentase 0%.

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa siswa memberikan tanggapan atas angket tentang pernyataan mengenai variabel Promosi (X) dari urutan yang lebih banyak sampai kepada yang sedikit ditanggapi yaitu 450 tanggapan “Setuju (S)” dengan persentase 60,81%, 160 tanggapan “Ragu-ragu (RG)” dengan persentase 21,62%, 130 tanggapan “Sangat setuju (SS)” dengan persentase 17,57% dan 0 tanggapan “Tidak setuju (TS)” dan “Sangat tidak setuju (STS)” dengan masing-masing persentase 0%.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



## C. Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali, “uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner”.<sup>78</sup> Jumlah variabel independen yaitu promosi (X) memuat 5 pernyataan dan variabel dependen yaitu minat menabung (Y) memuat 5 pernyataan, sehingga keseluruhan variabel penelitian ini memuat 10 pernyataan yang harus dijawab atau ditanggapi oleh responden. Data penelitian ini akan diuji kevaliditasnya dengan menggunakan korelasi *bivariate* dengan bantuan *IBM Statistics 17.0 For Windows*. Hasil analisis dari korelasi *bivariate* dapat diketahui dengan melihat nilai *person correlation*. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 5% dengan criteria pengujian apabila nilai *pearson* <  $r_{\text{tabel}}$ , maka butir pernyataan tidak valid, sedangkan apabila nilai *pearson correlation* >  $r_{\text{tabel}}$  maka butir pernyataan dikatakan valid.  $r_{\text{tabel}}$  untuk *degree of freedom* (df) =  $n - 2$ , dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini memiliki jumlah sampel 148 sampel, sehingga dapat dihitung besarnya df pada penelitian ini dapat dihitung  $148 - 2 = 146$  dengan alpha 0,05, maka di dapat  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,1614.

Selanjutnya, perhitungan validitas dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Maka diperoleh hasil validitas yang dapat dilihat pada table dibawah ini :

<sup>78</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Undip, 2011), hlm. 52

**TABEL IV. 16**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X (PROMOSI)**

Variabel Penelitian	Butir Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Promosi	1	0,671	0,1614	Valid
	2	0,645	0,1614	Valid
	3	0,722	0,1614	Valid
	4	0,718	0,1614	Valid
	5	0,623	0,1614	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 26, 2020.

**TABEL IV. 17**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y (MINAT MENABUNG)**

Variabel Penelitian	Butir Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Minat Menabung	1	0,670	0,1614	Valid
	2	0,687	0,1614	Valid
	3	0,872	0,1614	Valid
	4	0,717	0,1614	Valid
	5	0,721	0,1614	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 26, 2020.

## 2. Uji Realibilitas

Menurut Imam Ghozali, “Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk”.<sup>79</sup> Untuk mengukur uji realibilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel penelitian dikatakan realibel jika nilai *Cronbach Alpha* > nilai *Alpha* yaitu sebesar 0,60. Setelah itu dilakukan uji relibilitas dengan menggunakan program SPSS versi 26, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

<sup>79</sup>*Ibid*, hlm. 47.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

**TABEL IV. 18**  
**HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL X (PROMOSI) DAN**  
**VARIABEL Y (MINAT MENABUNG)**

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Nilai $\alpha$	Keterangan
Promosi (X)	0.702	0,60	Realibel
Minat Menabung (Y)	0.729	0,60	Realibel

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 26, 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel penelitian promosi dan minat menabung dinyatakan realibel. Ini dapat dilihat dengan membandingkan nilai *Crombach Alpha* > nilai  $\alpha$  (*alpha*).

### 3. Uji regresi linear sederhana

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear sederhana. Peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26 untuk mempermudah analisis regresi linear sederhana nya dalam mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh tingkat promosi terhadap minat siswa menabung di Bank syariah. Maka diperoleh hasil analisis yang dapat dilihat pada table dibawah ini :

**TABEL IV. 19**  
**HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,402	1,731		10,051	,000
Promosi	,124	,087	,117	1,430	,155

a. Dependent Variable: Minat menabung

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 26, 2020



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Aulaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Aulaurasyidin Tembilahan

Dari table diatas mengenai persamaan regresi, diketahui nilai konstanta (a) = 17,402 dan beta (b) = 0,124. Dari tabel tersebut diperoleh persamaan perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 17,402 - 0,124X$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Diketahui (a) = angka konstan dari unstandardized coefficients dalam kasus ini nilainya sebesar 17,402 dan beta (b) nilainya sebesar 0,124. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Promosi (X) maka minat menabung (Y) akan meningkat 0,124.

Karena nilai koefisien regresi bernilai negative (-) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa promosi (X) tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung (Y).

#### 4. Uji parsial (uji t)

Untuk menjawab hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini maka digunakan uji statistic t. Uji statistic t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (Promosi) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat menabung), Asumsinya adalah sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas (signifikan) lebih besar dari 0,005 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

- b. Jika probabilitas (signifikan) lebih kecil dari 0,005 ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**TABEL IV. 20**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,402	1,731		10,051	,000
	Promosi	,124	,087	,117	1,430	,155

a. Dependent Variable: Minat menabung

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26, 2020.

Pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan berdasarkan nilai signifikan dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,155 > 0,005$ , sehingga dapat diartikan bahwa variabel promosi (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung (Y). sementara untuk uji-t diperoleh hasil sebagai berikut :

$t_{hitung}$  sebesar 1,430

$t_{tabel}$  sebesar 1,655

$t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $1,430 < 1,655$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

## 5. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh variabel independen (promosi) dalam menerangkan variabel dependen (minat menabung) dengan melihat *R Square*. Uji ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26. Berikut ini merupakan table hasil Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ):

**TABEL IV. 21**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,117 <sup>a</sup>	,014	,007	2,10068	1,754

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26, 2020.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa koefesien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,014, artinya kombinasi variabel independen (X) yaitu promosi terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat menabung sebesar 14%. Sedangkan sisanya 86% dipengaruhi oleh variabel lainnya, dari persentase tersebut dapat dikatakan bahwa masih terdapat faktor lain sebesar 86% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang lebih mempengaruhi minat menabung misalnya variabel fasilitas, religiusitas, pelayanan, lokasi dan berikut nya.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai “Pengaruh Promosi terhadap Minat siswa Menabung di Bank Riau Kepri Syariah”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi sederhana tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel promosi (X) terhadap variabel minat menabung (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil model persamaan regresi  $Y = 17,402 - 0,124X$ .
2. Dilihat dari hasil uji-t, diperoleh nilai t hitung  $<$  nilai t tabel yaitu  $1,430 < 1,655$  berarti  $H_a$  ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat siswa menabung di Bank Syariah.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat dan motivasi pada pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk STAI AULIAURRASYIDIN, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan kontribusi keilmuan dan referensi terkait pengaruh promosi terhadap minat siswa menabung di bank syariah bagi mahasiswa, terutama mahasiswa prodi studi ekonomi syariah.

2. Untuk penelitian, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan saran, masukan, dan informasi untuk meningkatkan dan motivasi dalam mempromosikan produk bank syariah terhadap masyarakat.
3. Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas populasi dan sampel dalam penelitian dan diharapkan dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian khususnya pengaruh promosi terhadap minat siswa menabung di bank syariah.



STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- AL Arif, Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta.
- ..... 2012. *Lembaga keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Bndung: CV. Pustaka Setia.
- ..... 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. 2001. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aziz, Abdul. 2010. *Manajemen Investasi Syari'ah*, Bandung: CV. ALfabeta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- ..... 2010. *Metode Penelitian Kuntitatif*. Jakarta: Prenada Media Groub.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ke Tiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- © Djamarah, Syaiful Bahri. 2017. *Psikologi Belajar*.. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- fahmi, Irham .2014. *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Fuad, dkk. 2003. *Kamus Istilah Psikologi*. Jakarta: Progres.
- Hasan, Iqbal. 2009. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Jaswadi, Khoirul. 2018. *Pengaruh keyakinan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Kapoor, Pride Hughes. 2017. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- L.Kurt, Louis E.Boone dan David. 2014. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan





Mustafidah, Tukiran Taniredja Hidayati. 2012. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi Tesis Disertai dan karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Riduwan. 2015. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: CV. Alfabeta.

Saiman, Leonardus. 2011. *Kewirausahaan Teori, Praktik dan kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*. Jakarta: Kencana.

Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.

..... 2016. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Syah, Muhibin. 2014. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Umam, Herry Sutanto dan Khaerul. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Utami, Dwi Ana Ratna. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Pebankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Wahab, Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.

Yani, Putri Andri. 2018. *Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

## DAFTAR LAMPIRAN



Halaman SDN 003 Tembilahan Hulu



Parkiran SDN 003 Tembilahan Hulu

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

### © Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAL Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAL Auliaurasyidin Tembilahan

## © Hak Cipta Milik STAL Auliaurasyidin Tembilahan



Etos Kerja Profesional Guru SDN 003 Tembilahan Hulu



Visi dan Misi SDN 003 Tembilahan Hulu



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Penyerahan Surat Telah Melaksanakan Riset oleh Kepala Sekolah SDN 003 Tembilahan

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Deni Soewanday  
Tempat / Tanggal Lahir : Tembilahan, 20 Desember 1997  
Nama Ayah : Syahlani  
Nama Ibu : Rosmiati  
Alamat Rumah : Jl. Kembang Lr. Pandan  
Handphone : 083183352353

### B. Riwayat Pendidikan

SD / MI : SDN 032 Tembilahan  
SMP / MTs : MTsN Tembilahan  
MA / SMA / SMK : SMKN 1 Tembilahan (Akuntansi)

STAI AULIAURRASYIDIN  
TEMBILAHAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan