



**PENGARUH PROMOSI DAN BAGI HASIL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk KC
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam
Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NURSAKINAH NASUTION
NIM. 15 401 00026**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**PENGARUH PROMOSI DAN BAGI HASIL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk KC
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam
Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NURSAKINAH NASUTION
NIM: 15 401 00026**

PEMBIMBING I

**Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605201101 1 003**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NURSAKINAH NASUTION**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 14 Oktober 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NURSAKINAH NASUTION** yang berjudul "**PENGARUH PROMOSI DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK KC PADANGSIDIMPUAN**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP.19800605 201101 1 003

PEMBIMBING II

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURSAKINAH NASUTION
NIM : 15 401 00026
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK KC PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 14 Oktober 2019

Saya yang Menyatakan,



NURSAKINAH NASUTION
NIM. 15 401 00026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nursakinah Nasution
NIM : 15 401 00026
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Pengaruh Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 14 Oktober 2019

Yang menyatakan,



NURSAKINAH NASUTION
NIM. 15 401 00026



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Nursakinah Nasution
NIM : 15 401 00026
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap
Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan
Mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KC Padangsidempuan

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP.19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/05 November 2019
Pukul : 13.30 – 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/73,25 (B-)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,42
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DAN BAGI HASIL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH DI
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK KC
PADANGSIDIMPUAN
NAMA : NURSAKINAH NASUTION
NIM : 15 401 00026

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 18 November 2019

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP.19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan

dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM., sebagai Pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, MM Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Teristimewa penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Ali Sapar Nst karena beliau adalah salah satu semangat saya agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong saya menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan Ibunda Rongga Sari yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada saudara-saudara saya (Samail, Hasbulla, Rahman, Rijaludin, Arip Saleh) yang selalu membantu peneliti dengan kasih sayang, memberikan semangat, motivasi, do'a dan usaha selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada sahabat-sahabatku Riadoh Siregar, Nila Aspia Ritonga, Ayu Andira, Amalia Ulfa Siregar, Ridwan Pulungan, Erni Yusnidar Nasution (cute), Cici Ramadanti, Lefri Anna Daulay, Rumi Ayu, Cici Novika, Sri Mahyuni Munthe, serta teman-teman Perbankan Syariah 1 angkatan 2015 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

Ungkapan terimakasih, peneliti hanya mampu berdo'a semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima di sisi-Nya dan dijadikan-

Nya amal saleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, peneliti juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat memperbaiki.

Padangsidempuan, 14 Oktober 2019

Peneliti,

NURSAKINAH NASUTION
NIM. 1540100026

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbailk di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof
ي	Ya	Y	ye



2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.




- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Nursakinah Nasution
Nim : 15 401 00026
Judul : Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah menurunnya jumlah nasabah tabungan mudharabah tiap tahunnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi dan bagi hasil secara *partial* maupun secara bersama-sama (*simultan*) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang perbankan syariah. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan promosi, bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah serta dalil Al-Qur'an yang berkaitan dengan teori.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 411 nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik insidental sebanyak 62 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 15 item pertanyaan yg dinilai dengan skala likert dan diuji validitas dan realibilitasnya. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,219 > 2,00100$) atau nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Bagi hasil berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,664 > 2,00100$) atau nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Variabel promosi dan bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah, dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($50,856 > 3,15$) atau nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Nilai *R square* sebesar 0,633 artinya promosi dan bagi hasil mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 63,3 % sedangkan 36,7 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Bagi Hasil, Keputusan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Definisi Overasional Variabel.....	6
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori	11
1. Pengertian Keputusan	11
2. Proses Keputusan Konsumen.....	12
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah	12
4. Tabungan.....	13
5. Tabungan Mudharabah	14
6. Promosi	16
a. Periklanan.....	16
b. Promosi Penjualan.....	18
c. Penjualan Pribadi	20
d. Publisitas	21
7. Bagi Hasil	23
a. Bagi Hasil	23
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Bagi Hasil	24
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Sumber Data.....	35
1. Data Primer	35
2. Data Sekunder	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Metode Angket.....	36
2. Metode Observasi.....	37
3. Metode Dokumentasi	38
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
3. Uji Normalitas	39
4. Uji Linieritas	40
5. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Multikolinieritas	40
b. Uji Autokorelasi	41
c. Uji Heterokedastisitas.....	41
6. Analisis Regresi Berganda	42
7. Uji Hipotesis.....	42
a. Uji t (Parsial)	42
b. Uji F (Simultan).....	43
c. Uji Koefisien Determinasi	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 45
A. Gambaran umum Bank Muamalat Indonesian Cabang Padangsidempuan	45
1. Sejarah Perusahaan.....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	45
3. Ruang Lingkup Usaha	46
4. Daerah Pemasaran	46
5. Karakteristik Responden	46
B. Hasil Analisis Data	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
3. Uji Normalitas	50
4. Uji Linieritas	51
5. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Multikolinieritas	52
b. Uji Autokorelasi	53
b. Uji Heterokedastisitas	54
6. Regresi linear Berganda	55
7. Uji Hipotesis.....	57
a. Uji t.....	57

b. Uji F.....	58
c. Uji Koefisien Determinasi.....	59
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	59
D. Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Jumlah Nasabah 2
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel 7
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu 26
Tabel III.1	Alternatif Jawaban Angket 36
Tabel III.2	Kisi-kisi Angket tentang Promosi 36
Tabel III.3	Kisi-kisi Angket tentang Bagi Hasil 37
Tabel III.4	Kisi-kisi Angket tentang Keputusan 37
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 46
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 47
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 47
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Promosi 48
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Bagi Hasil 48
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Keputusan 49
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas pada Promosi..... 49
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas pada Bagi Hasil 50
Tabel IV.9	Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan..... 50
Tabel IV.10	Hasil Uji Normalitas 50
Tabel IV.11	Hasil Uji Linieritas Promosi dengan Keputusan 51
Tabel IV.12	Hasil Uji Linieritas Bagi Hasil dengan Keputusan..... 52
Tabel IV.13	Hasil Uji Multikolineritas 53
Tabel IV.14	Hasil Uji Autokorelasi 54
Tabel IV.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 56
Tabel IV.16	Hasil Uji Parsial (Uji t) 57
Tabel IV.17	Uji F 58
Tabel IV.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir	31
Gambar IV.I Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran 2. Lembar Kuesioner
- Lampiran 3. Data Jawaban Responden
- Lampiran 4. Hasil Uji Penelitian
- Lampiran 5. Titik Persentase Distribusi t
- Lampiran 6. F tabel Statistik
- Lampiran 7. R tabel Statistik
- Lampiran 8. Tabel Durbin Watson
- Lampiran 9. Surat Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 10. Mohon Izin Riset
- Lampiran 11. Surat Balasan Riset
- Lampiran 12. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah salah satu indikator pertumbuhan ekonomi baik itu yang tergolong pada lembaga keuangan bank maupun non bank. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari pengertian tersebut diketahui bahwa bank bertindak sebagai perantara dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana. Dalam rangka pengelolaan dana, baik dari pihak yang kelebihan dana maupun kekurangan dana, maka suatu bank harus memiliki likuiditas yang memadai. Dengan likuiditas yang memadai, maka suatu bank mampu menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dan penyalur dana sesuai dengan kaidah perbankan.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan

sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.¹ Secara umum, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

Salah satu produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan dalam menghimpun dana pihak ketiga adalah tabungan mudharabah. Tabungan mudharabah merupakan produk penghimpun dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* secara mutlak kepada *mudharib* (bank syariah).

Tabel I.1
Jumlah Nasabah

Tahun	Tabungan Mudharabah
2014	528 Orang
2015	460 Orang
2016	734 Orang
2017	514 Orang
2018	411 Orang

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan (Tahun 2019)²

¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 30.

² Hasil Wawancara dengan Nurpleli Hafni, Karyawan di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan, 5 Maret 2019, Pukul 15.47 WIB.

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah nasabah yang menabung tabungan mudharabah boleh dikatakan menurun tiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari tabungan mudharabah pada tahun 2014 sebanyak 528 nasabah, kemudian pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 460 nasabah, dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 734 nasabah, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan yang signifikan menjadi 514 nasabah. Kemudian pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan menjadi 411 nasabah. Penurunan yang terjadi diperkirakan karena promosi yang kurang baik dan bagi hasil yang kurang memuaskan.

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen atau nasabah, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha memengaruhi konsumen, untuk meningkatkan permintaan produk tersebut. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.

Menurut M. Nur Rianto Promosi adalah “Salah satu kegiatan *marketing mix* yang merupakan kegiatan yang sangat penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.³ Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Karena pada dasarnya promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 140.

nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Ketertarikan masyarakat terhadap budaya menyimpan uang dalam bentuk investasi juga merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan perbankan syariah. Masyarakat yang memiliki ketertarikan menyimpan uangnya di bank pada dasarnya mengharap keamanan dana atau untuk mendapatkan keuntungan (bagi hasil). Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi pembagian hasil usaha antara pemodal dan pengelola dana pembagian hasil usaha. Misalnya, antara bank syariah dengan penyimpan dana serta antara bank syariah dengan nasabah penerima dana.⁴ Nasabah penyimpan dana akan selalu mempertimbangkan tingkat imbalan yang diperoleh dalam membuat keputusan menabung pada bank syariah. Tingkat bagi hasil tabungan yang lebih tinggi bisa menarik masyarakat untuk menabung lebih banyak uangnya dengan mengorbankan konsumsi.⁵

Kurangnya sosialisasi ataupun promosi dari pihak bank mengenai perbankan syariah di lingkungan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Padangsidempuan. Dimana pada dasarnya masyarakat tersebut mayoritas masyarakat muslim, namun ternyata belum benar-benar paham tentang sistematika ekonomi syariah. Ini bisa dilihat dari minimnya nasabah yang menabung di bank tersebut sehingga bank tidak dapat mencapai target pasar

⁴ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 46.

⁵ Novita Erliana Sari, dkk, “ Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabng Madiun,” dalam *Jurnal Promosi*, Volume 5, No. 2, 2017, hlm. 61.

yang ditetapkan. Pada hal banyak keunggulan yang dimiliki oleh bank syariah salah satunya diterapkannya bagi hasil sebagai pengganti bunga. Bagi hasil yang ditawarkan juga belum sesuai keinginan nasabah sehingga masyarakat kurang tertarik untuk menggunakan tabungan mudharabah tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dan mengungkapkannya pada judul **“Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

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

1. Masyarakat memutuskan menggunakan tabungan mudharabah berdasarkan nisbahnya saja.
2. Minimnya nasabah yang menabung di bank karena kurang mengetahui informasi tentang bank syariah.
3. Nasabah tidak memahami sistem bagi hasil di perbankan syariah
4. Kurangnya promosi kepada masyarakat tentang jenis produk tabungan mudharabah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi pada dua variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Yang menjadi variabel bebas terdiri dari promosi dan bagi hasil. Sedangkan variabel

terikatnya dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yang sudah disusun secara sistematis yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan?
2. Apakah terdapat pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah secara simultan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan?

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 96.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1	Promosi (X ₁)	Promosi adalah intensif yang cepat atau lambat menggerakkan orang untuk membeli atau mendapatkan, umumnya dalam jangka waktu pendek, baik dalam bentuk uang maupun produk atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> - Periklanan - Promosi Penjualan - Penjualan pribadi (<i>sales promotion</i>) - Publisitas 	Likert
2	Bagi hasil (X ₂)	Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (<i>shahibul maal</i>) dan pengelola (<i>mudharib</i>).	<ul style="list-style-type: none"> - Prinsip-prinsip bagi hasil untuk menjalankan aktivitasnya - Faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil - Hal-hal yang berkaitan dengan bagi hasil 	Likert
3	Keputusan nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan nasabah untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> - Proses keputusan konsumen - Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah - Perhitungan bagi hasil tabungan mudharabah 	Likert

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah secara simultan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengalaman, pengetahuan, dan wawasan kepada peneliti berkaitan dengan objek penelitian.

2. Bagi Bank Muamalat Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan catatan untuk koreksi agar dapat meningkatkan promosi dan bagi hasil supaya bisa meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah.

3. Bagi Institusi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dapat dijadikan referensi dan memberikan sumbangsih pemikiran, wawasan, serta bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dari setiap permasalahan yang dikemukakan sesuai dengan sasaran yang akan diamati, maka pembahasan peneliti terdiri dari 5 (lima) bab, yang mana setiap babnya terdiri dari satu rangkaian pembahasan yang berhubungan satu dengan yang lainnya. Sehingga membentuk suatu uraian sistematis dalam satu kesatuan.

BAB I pendahuluan yang memuat mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori, bab ini menguraikan teori-teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penulisan, seperti teori mengenai pengertian keputusan nasabah, pengertian promosi, pengertian bagi hasil, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian, bab ini berisi tentang metode penelitian yang memiliki beberapa sub bab yaitu: jenis penelitian, sumber data,

subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan pengukuran serta teknis analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini berisikan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya.

BAB V, bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Menurut Richard L. Daft dalam buku *management* mengartikannya sebagai pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses identifikasi permasalahan dan peluang. Kemudian menyelesaikannya. Pengambilan keputusan melibatkan usaha sebelum dan setelah pilihan aktualnya.¹

Keputusan nasabah merupakan penetapan pilihan nasabah terhadap suatu produk bank untuk dibeli atau tidak. Pilihan itu diputuskan setelah dipertimbangkan, dipikirkan terlebih dahulu. Ayat yang menjelaskan tentang pengambilan keputusan yaitu Al-Qur'an Surah Asy-Syuura : 38

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ

وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya : Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang

¹ Richard L. Daft, “*Manajeme*” diterjemahkan dari “*Management*” oleh Edward Tanu Jaya dan Shirley Tiolina (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 401

urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarat antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.²

b. Proses Keputusan Konsumen

1) Keputusan konsumen, beli/tidak beli

Keputusan konsumen bisa berupa beberapa kemungkinan, yakni membeli, menunda membeli atau tidak membeli. Untuk menunda membeli secara langsung dikategorikan sebagai tidak atau belum membeli. Menunda membeli disebabkan oleh beberapa pertimbangan seperti belum yakin terhadap barang/produk yang akan di beli.

2) Evaluasi pasca beli

Setelah keputusan diambil maka dengan sendirinya konsumen memanfaatkan produk yang sudah dibeli untuk berbagai tujuan. Salah satu tujuan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan atau menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam arti mampu memberikan solusi yang diharapkan.

3) Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah

a) Bagi hasil

Bagi hasil adalah sistem pembagian hasil usaha antara pemodal/pemilik dana dan pengelola dana. Misalnya, antara bank syariah dan penyimpanan dana serta antara bank syariah

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Hakim dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing), hlm. 487.

dengan nasabah penerima dana dengan menggunakan akad mudharabah dan akad musyarakah.

b) Faktor pribadi

Keputusan pembelian produk atau jasa dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli.

c) Faktor sosial

Selain faktor pribadi, faktor sosial juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk atau jasa. Faktor pribadi ini terdiri dari kelompok acuan dan keluarga.

2. Tabungan

Tabungan merupakan salah satu jenis dari produk Simpanan. Bagi bank, simpanan adalah sumber dana utama yang sejatinya ditahan untuk kepentingan transaksi. Bank-bank memiliki produk giro, deposito berjangka, dan tabungan.

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau

melalui fasilitas ATM.³ Pengertian yang sama juga dijumpai dalam pasal 1 angka 21 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan mudharabah mempunyai sifat dana investasi, penarikan hanya dapat dilakukan pada periode/waktu tertentu, insentif berupa bagi hasil, dan pengembalian dana tidak dijamin dikembalikan semua.⁴

3. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah.⁵ Mudharabah mempunyai dua bentuk, yakni mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah, yang perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana).

³ Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 88.

⁴ Wiroso, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), hlm. 52.

⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016), hlm. 359.

Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai mudharib, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Namun, di sisi lain, bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustee*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Dari hasil pengelolaan dana mudharabah, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Dalam mengelola harta mudharabah, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Di samping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat perhitungan bagi hasil.

Perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* dilakukan berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung di tiap akhir bulan dan di

buku awal bulan berikutnya. Rumus perhitungan bagi hasil tabungan *mudharabah* adalah sebagai berikut:⁶

$$\frac{\text{hari bagi hasil} \times \text{saldo rata-rata harian} \times \text{tingkat bagi hasil}}{\text{hari kalender yang bersangkutan}}$$

Dalam memperhitungkan bagi hasil tabungan *mudharabah* tersebut, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil perhitungan bagi hasil dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah.
- 2) Hak perhitungan pajak dibulatkan ke atas sampai puluhan terdekat.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah langkah yang harus diperhitungkan dalam rangkaian aktivitas manajemen pemasaran. Kegiatan pada strategi promosi merupakan langkah di bidang pemasaran berupa interaksi/komunikasi yang dijalankan di perusahaan dengan konsumen atau pelanggan.

a. Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.⁷ Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.

⁶ *Ibid.*, hlm 361.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 213.

Ciri-ciri yang terdapat dari suatu periklanan yaitu:

1) *Public presentation* (penyajian di muka umum)

Iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang sangat bersifat umum dan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.

2) *Pervasiveness* (penyerahan menyeluruh)

Iklan merupakan medium yang diserap secara menyeluruh dan memungkinkan pihak perusahaan untuk mengulangi pesannya itu berulang-ulang, diharapkan dengan pengulangan pesan tersebut akan memberikan pengaruh signifikan terhadap konsumen.

3) *Expresiveness* (daya tangkap yang kuat)

Periklanan memberikan peluang untuk menampilkan perusahaan serta produknya dengan cara yang amat mengesankan dengan penggunaan cetakan, bunyi dan warna secara pandai.

4) *Impersonality* (kurang kepribadian)

Periklanan senantiasa bersifat umum, sehingga daya meyakinkan dan mengungkapkan tentang produk tersebut secara rinci masih dirasakan kurang. Oleh karenanya iklan masih kurang mampu menyentuh konsumen secara personal.

Terdapat beberapa tujuan periklanan, yaitu sebagai berikut :⁸

- a) Iklan yang bersifat memberikan informasi, yaitu iklan yang secara panjang lebar menerangkan produk jasa dalam tahap

⁸ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 79-83.

perkenalan untuk menciptakan akan permintaan atas produk tersebut.

- b) Iklan membujuk, yaitu iklan yang digunakan dalam situasi persaingan untuk menciptakan akan permintaan produknya melawan merek yang lain.
- c) Iklan pengingat, yaitu iklan yang diluncurkan saat produk mencapai tahap kedewasaan, tujuannya agar pelanggan selalu ingat akan produk tersebut.
- d) Iklan pemantapan, yaitu iklan yang berusaha meyakinkan pembeli bahwa mereka mengambil pilihan yang tepat.

Jenis-jenis media yang dapat digunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan yaitu:

- 1) Surat kabar dan majalah
- 2) Surat pos langsung
- 3) Radio
- 4) Televisi
- 5) Papan reklame
- 6) Spanduk
- 7) Penyebaran brosur-brosur di tempat umum

b. Promosi penjualan

1) Pengertian promosi

Promosi pada hakikatnya adalah intensif yang cepat atau lambat menggerakkan orang untuk membeli atau mendapatkan,

umumnya dalam jangka waktu pendek, baik dalam bentuk uang maupun barang sebuah produk atau jasa. Menurut Tjiptono : promosi adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁹

Promosi merupakan salah satu kegiatan *marketing mix* yang paling diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam dunia perbankan syariah. Dalam pemasaran perbankan efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam dibenak masyarakat umum, maka menjual suatu produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi lebih mudah.

Dalam melakukan promosi, ada beberapa yang harus diperhatikan yaitu:¹⁰

1. Identifikasi terlebih dahulu *target audience*-nya (berhubungan dengan segmentasi pasarnya).
2. Tentukan tujuan promosi, apakah untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau untuk mengingatkan.

⁹ Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hlm. 219.

¹⁰ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Op.Cit.*, hlm. 41.

3. Pengembangan pesan yang disampaikan. Ini berhubungan dengan isi pesan, struktur pasar, gaya pesan dan sumber pesan.
4. Pemilihan bauran komunikasi, apakah *personal communication* atau *nonpersonal communication*.

2) Tujuan promosi

Secara umum tujuan promosi adalah:¹¹

- a) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan.
- b) Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan komplek.
- c) Menjual *goodwill image* dan *idea* yang baik tentang bank.

c. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Penjualan pribadi merupakan komunikasi antar orang secara individual. Dalam operasinya *personal selling* lebih fleksibel dengan yang lain. Hal ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat mengetahui secara langsung perilaku konsumen dan reaksi konsumen. Tenaga penjual ini dapat pula membantu pihak manajemen dengan memberikan informasi tentang sikap konsumen. Tetapi di lain pihak kegiatan *personal selling* ini memberikan beban ongkos yang semakin besar, apabila penggunaannya sangat luas dan

¹¹ Herry Ahmad Buchorie dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), hlm. 79.

sulit mendapat tenaga penjualan yang menguasai produknya dan menjual dengan baik.

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu :

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

Promosi yang terakhir adalah promosi publisitas, dimana kegiatan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti

pameran, pembukaan stan promosi di pusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam serta kegiatan lainnya.

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 dengan hubungan lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.

Alat publisitas yang dapat digunakan, yaitu :

1) 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

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

3) Komunikasi perusahaan

Yaitu mencakup komunikasi intern ataupun ekstern dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

Tujuan publisitas :¹²

- a) Pantas diberitakan, yaitu produk dengan cerita-cerita menarik merupakan calon terbaik untuk publisitas.
- b) Rangsangan bagi wiraniaga dan penyalur, dimana publisitas membentuk kerja wiraniaga dan meningkatkan semangat para penyalur.
- c) Kebutuhan kredibilitas, yaitu untuk meningkatkan kredibilitas dengan mengkomunikasikan melalui konteks editorial.
- d) Anggaran kecil, yaitu dengan memakan biaya lebih sedikit.

5. Bagi Hasil

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu persentase yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan. Hal-hal yang berkaitan dengan bagi hasil adalah persentase, bagi untung dan bagi rugi dan jaminan.

¹² M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 186.

6. Faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil :¹³

a. *Investment rate*

Merupakan persentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik ke dalam pembiayaan maupun penyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia, bahwa sejumlah persentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat, tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum untuk menjaga likuiditas bank syariah.

b. Total dana investasi

Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah akan memengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi *mudharabah* dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimal bulanan atau saldo harian.

c. Jenis dana

Investasi *mudharabah* dalam menghimpun dana, dapat ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu; tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah*, dan sertifikat investasi *mudharabah* antar bank syariah (SIMA). Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil.


Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya yaitu :

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 96.

- 1) Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.
- 2) Prinsip Kesederajatan, dimana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.
- 3) Prinsip Ketenteraman. Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketenteraman lahir maupun batin.

Distribusi pembagian hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan dana hanya didasarkan pada akad *mudharabah*, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad. Sebagaimana tercermin dalam Q.S Shad : 24 tentang prinsip bagi hasil.

وَإِنْ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ
ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا


 فَتَنَّهُ فَأَسْتَغْفِرَ رَبَّهُ، وَخَرَّرَا كَعَا وَأَنَابَ

Artinya: Dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.¹⁴

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan Pengaruh Promosi Dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah.

Tabel II.1

Daftar Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) (Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta)	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Taungan Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)	Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah
2.	Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum	Pengaruh Nisbah Bagi	Dalam penelitian ini

¹⁴ Al-Qur'an Al-Hakim dan Terjemahnya, *Op.Cit*, hlm. 456.

	(Jurnal Maksimum Volume.4, No. 1, September 2013-Februari 2014) (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang)	Hasil Terhadap Simpanan Mudharabah: Tingkat Religiusitas Sebagai Faktor Modetaring (Studi Kasus: Di BPR Binama Semarang)	dapat disimpulkan bahwa variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif terhadap simpanan mudharabah di BPRS Binama Semarang
3.	Vivi Setyawati, Rina Arifati dan Rita Andini (Journal Of Accounting, Volume 2 No. 2 Maret 2016) (Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unpad)	Pengaruh Suku Bunga Acuan, Bagi Hasil, Inflasi, Ukuran Bank, NPF, Dan Biaya Promosi Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bagi hasil dan biaya promosi sama-sama berpengaruh positif terhadap simpanan mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia
4.	Sisca Juliana dan Ade Sofyan Mulazid (Jurnal Li Falah Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 2, Nomor 1, Juni 2017) (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Analisis Pengaruh BOPO, Kecukupan Modal, Pembiayaan Bermasalah, Bagi Hasil, dan Profitabilitas Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah 2011-2015	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bagi hasil memiliki pengaruh terhadap simpanan mudharabah pada bank umum syariah

5.	Daniel Ortega dan Anas Alhifni (Jurnal Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah Volume, 5, Nomor 1,2017) (Ekonomi Syariah Universitas Djuanda Bogor, Jawa Barat)	Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah
6.	Novita Erliana Sari, Nik Amah dan Yahya Reka Wirawan (Jurnal Promosi Volume 5, Nomor 2, 2017) (Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Madiun)	Penerapan Prinsip Bagi Hasil Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penerapan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Cabang Madiun

Adapun perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian di atas adalah yaitu sebagai berikut:

- a. Atanasius Hardian membahas tentang Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). Sedangkan penulis membahas tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaannya adalah menggunakan dua variabel X

yang sama yaitu promosi dan bagi hasil. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

- b. Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum membahas tentang pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Simpanan Mudharabah: Tingkat Religiusitas Sebagai Faktor Modetaring (Studi Kasus Di BPRS Binama Semarang). Sedangkan penulis membahas tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaannya adalah menggunakan variabel X yang sama yaitu bagi hasil. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
- c. Vivi Setyawati, Rina Arifati dan Rita Andini membahas tentang pengaruh suku bunga acuan, bagi hasil, inflasi, ukuran bank, npf, dan biaya promosi terhadap simpanan mudharabah pada bank syariah di Indonesia tahun 2010-2014. Sedangkan penulis membahas tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaannya adalah menggunakan variabel X yang sama yaitu bagi hasil. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
- d. Sisca Juliana dan Ade Sofyan Mulazid membahas tentang Analisis Pengaruh BOPO, Kecukupan Modal, Pembiayaan Bermasalah, Bagi Hasil, dan Profitabilitas Terhadap Simapanan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2015. Sedangkan penulis membahas

tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaanya adalah menggunakan variabel X yang sama yaitu bagi hasil. Perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.

- e. Daniel Ortega dan Anas Alhifni membahas tentang Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. Sedangkan penulis membahas tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaannya adalah menggunakan variabel X yang sama yaitu promosi. Perbedaannya adalah Daniel menggunakan variabel Y yaitu minat menabung sedangkan penulis menggunakan variabel Y keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.
- f. Novita Erliana Sari, Nik Amah dan Yahya Reka Wirawan membahas tentang Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. Sedangkan penulis membahas tentang Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudhrabah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc Padangsidempuan. Persamaannya adalah menggunakan variabel X yang sama yaitu bagi hasil. Perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.

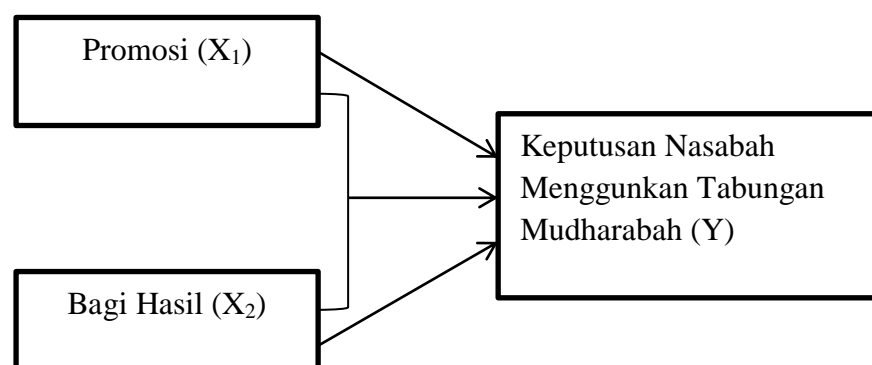
C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat disajikan dalam bentuk bagan, deskripsi kualitatif, dan atau gabungan keduanya.¹⁵

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi (X_1) dan bagi hasil (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel dependennya adalah keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Secara teoretis hubungan antar variabel yang akan diteliti dijelaskan di dalam kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1

Kerangka Berpikir



¹⁵ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 76.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara mengenai sesuatu objek/subjek yang akan dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian.¹⁶

H₁ : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

H₂: Terdapat pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

H₃ : Terdapat pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

¹⁶ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 46.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidimpuan di Jln, Baginda Oloan No. 08 Wek II Kec. Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018 sampai dengan September 2019.

B. Jenis Penelitian

Menurut pendekatannya penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang menjadi penyebab melalui data tertentu. Berdasarkan jenis data pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angka- angka yang diolah melalui analisis statistik.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan mudharabah pada Bank

Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan pada tahun 2018 sebanyak 411 nasabah.

2. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, dinamakan sampel apabila kita bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian sampel”.¹ Sedangkan menurut Mudrajat Kuncoro, “sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi”.² Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling insidental. Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³

Pedoman peneliti dalam pengambilan sampel sebagaimana yang dikemukakan Suharsimi Arikunto, apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya lebih besar dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Berdasarkan pendapat di atas peneliti mengambil sampel sebesar 15% dari 411 populasi. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 62 orang.

¹ Suharsimi, Arikunto, *prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 130-131.

² Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 123.

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 87-88.

D. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).
2. Data sekunder adalah pihak-pihak yang yang mengetahui tentang keberadaan subjek dan objek peneliti atau yang terlibat secara tidak langsung dengan masalah objek peneliti. Data sekunder disini merupakan data tambahan seperti: buku-buku dari perpustakaan. Selain itu pada penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah jumlah nasabah tabungan mudharabah yang diperoleh dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidimpuan.

E. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

1. Angket atau kuesioner

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan

memberikan respon atau daftar pertanyaan tersebut pada penelitian ini. Peneliti menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Sering kali peneliti menanyakan kepada responden sejumlah pertanyaan yang memiliki kategori jawaban yang sama menggunakan skala *Liket*. Pengukuran menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel III.1
Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Berdasarkan Tabel III.1 alternatif jawaban sangat setuju bernilai 5. Untuk alternatif jawaban setuju bernilai 4. Kemudian alternatif jawaban kurang setuju bernilai 3, Sedangkan untuk alternatif jawaban tidak setuju bernilai 2. Kemudian yang terakhir untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju bernilai 1.

Tabel III.2**Kisi-kisi Angket Tentang Promosi**

No	Indikator	Nomor Soal
1	Periklanan	1, 5
2	Promosi penjualan	4
3	Penjualan pribadi	2
4	Publisitas	3

Berdasarkan Tabel III.2 kisi-kisi angket tentang promosi untuk yang periklanan berada pada nomor soal 1 dan 5. Kemudian untuk indikator promosi penjualan terdapat pada nomor 4, dan pada indikator penjualan pribadi terdapat pada nomor 2. Kemudian untuk indikator publisitas terdapat pada nomor 3.

Tabel III.3**Kisi-kisi Angket Tentang Bagi Hasil**

No	Indikator	Nomor Soal
1	Prinsip-prinsip Bagi Hasil	1
2	Faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil	3, 4
3	Hal-hal yang berkaitan dengan bagi hasil	2, 5

Berdasarkan Tabel III.3 kisi-kisi angket tentang bagi hasil untuk indikator prinsip-prinsip bagi hasil berada pada nomor soal 1, dan untuk indikator faktor-faktor yang memengaruhi bagi hasil terdapat pada nomor 3 dan 4. Kemudian untuk indikator hal-hal yang berkaitan dengan bagi hasil terdapat pada nomor 2 dan 5.

Tabel III.4
Kisi-kisi Angket Tentang
Keputusan Nasabah Menggunakan
Tabungan Mudharabah

No	Indikator	Nomor Soal
1	Proses keputusan konsumen	1
2	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah	2
3	Perhitungan bagi hasil tabungan mudharabah	3, 4, 5

Berdasarkan Tabel III.4 kisi-kisi angket tentang keputusan nasabah untuk indikator proses keputusan konsumen berada pada nomor soal 1, dan untuk indikator faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah terdapat pada nomor 2. Kemudian untuk perhitungan bagi hasil tabungan mudharabah terdapat pada nomor 3,4 dan 5.

2. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek peneliti.⁴ Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

⁴ Juliansyah Noor, *Op.Cit.*, hlm. 140.

3. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahasa yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, laporan, artefak, dan foto. Sifat utama data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Dalam penelitian ini dokumentasinya berupa foto dan laporan yaitu jumlah nasabah tabungan mudharabah.

F. Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka akan dilakukan analisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 23 sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji validitas dan kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,05. Dimana jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (uji 2 sisi dengan signifikan 0.05) maka instrumen atau item-item berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Hasil perhitungan validitas dikonsultasikan dengan r_{tabel} *product moment* dengan taraf signifikan 0.05. hal tersebut menunjukkan alat ukur yang digunakan

untuk mendapatkan data itu valid sehingga valid tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan syarat mutlak untuk menentukan pengaruh variabel yang satu terhadap variabel yang satu lagi. Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama (homogen) diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *Cronbach alpha*. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah intrumen reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6 menurut sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.⁶

3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang

⁵ Muhammad Ridwan, *Sistem dan Prosedur Operasional Bnak Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 97.

⁶Dwi Priyanto, *Spss Versi 22 Pengelola Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 64.

terdistribusi secara normal.⁷ Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada taraf signifikan 0.05.

Apabila sig. > 0.05 maka distribusi data bersifat normal

Apabila sig. < 0.05 maka distribusi data tidak normal.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data yaitu apakah data dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linier. Pengujian dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05. Dan dua variabel mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation For Linearity*) lebih dari 0,05.⁸

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa variabel penjelas (bebas) dari model regresi berganda.⁹ Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value*

⁷ Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), hlm. 38.

⁸ Duwi Priyatno, *SPSS22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014), hlm. 94.

⁹ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta, C.V. Andi Offset, 2010), hlm. 82.

dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum adalah:

Jika nilai *tolerance* < 10 persen, dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

b. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya, mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

- 1) Angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka DW diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka DW diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif¹⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, hlm. 158-160.

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dengan tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KN = a + b_1 P + b_2 BH + e$$

Keterangan:

KN = Keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah*

P = Promosi

BH = Bagi hasil

a = Konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien Regresi

e = Error

7. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik (uji t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Dengan ketentuan $T_{hitung} > T_{tabel}$.¹¹ Maka secara parsial variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian dari uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{hitung}$ maka H_0 diterima. Artinya masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.
- 2) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.

Berdasarkan nilai signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka ada pengaruh signifikan.

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian:¹²

¹¹ Nur Asmawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Perss, 2011), hlm. 155.

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*, hlm. 239

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima.

Berdasarkan nilai signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka ada pengaruh signifikan.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel Independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak dimasukkan di dalam model.

Jika semua data terletak pada garis regresi atau dengan kata lain semua nilai residual adalah nol maka mempunyai regresi yang sempurna. Dalam mengukur seberapa baik regresi cocok dengan datanya atau mengukur persentase total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi digunakan konsep koefisien determinasi (R^2).

BAB 1V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan

1. Sejarah Singkat Tentang Bank Muamalat Indonesia

Gagasan pendirian Bank Muamalat berawal dari lokakarya bunga bank dan perbankan yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia pada 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Ide ini berlanjut dalam musyawarah nasional IV Majelis Ulama Indonesia di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, pada 22-25 Agustus 1990 yang diteruskan dengan pembentukan kelompok kerja untuk mendirikan Bank Murni Syariah di Indonesia.

Realisasinya dilakukan pada 1 November 1991 yang ditandai dengan penandatanganan akte pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk di Hotel Sahid Jaya berdasarkan Akte Notaris Nomor 1 tanggal 1 November yang dibuat Notaris Yudo Paripurn, S.H dengan izin Menteri Kehakiman Nomor C2.2413. T.01.01 tanggal 21 Maret 1992/berita Negara Republik Indonesia Tanggal 28 April 1992 Nomor 34.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Mejadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan SDM yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Ruang Lingkup Usaha

- a. Penghimpunan dana
- b. Produk Penanaman Modal (*Investment Product*)
- c. Jasa Layanan (*Service*)
- d. Jasa-jasa lainnya

4. Daerah Pemasaran

- a. Kabupaten Padang Lawas Utara
- b. Tapanuli Selatan
- c. Kota Padangsidempuan
- d. Sibolga dan sekitarnya

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1V.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	38
2	Perempuan	24
Total		62

Tabel di atas menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 24 orang. Hal ini berarti bahwa responden laki-laki lebih banyak menggunakan tabungan mudharabah dibandingkan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	< 30 Tahun	19
2	30-50 Tahun	26
3	> 50 Tahun	17
Total		62

Berdasarkan Tabel IV.2 jumlah responden berusia kurang dari 30 tahun yaitu 19 orang. Kemudian responden berusia 30-50 tahun yaitu 26 orang. Selanjutnya responden berusia lebih dari 50 tahun yaitu 17 orang. Hal ini bermakna bahwa mayoritas responden berusia 30-50 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	29
2	WIRASWASTA	33
Total		62

Berdasarkan Tabel IV.3 jumlah responden yang memiliki pekerjaan PNS yaitu 29 orang. Kemudian responden yang memiliki pekerjaan WIRASWASTA yaitu 33 orang. Hal ini bermakna bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai wiraswasta.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, jadi $df = 62-2=60$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.4
Uji validitas promosi

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,608	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 62$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$	Valid
Item 2	0,786		Valid
Item 3	0,651		Valid
Item 4	0,673		Valid
Item 5	0,722		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item 5 untuk variabel promosi adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel IV.5
Uji Validitas Bagi Hasil

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,814	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 62$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$	Valid
Item 2	0,696		Valid
Item 3	0,605		Valid
Item 4	0,784		Valid
Item 5	0,659		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item 5 untuk variabel bagi hasil adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel IV.6
Uji Validitas Keputusan

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,689	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 62 Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2500$	Valid
Item 2	0,625		Valid
Item 3	0,852		Valid
Item 4	0,884		Valid
Item 5	0,705		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item 5 untuk variabel keputusan adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Pada Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,713	5

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas promosi dapat dikatakan *reliable*, jika nilai *cronbach alpha* 0,713 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel promosi dinyatakan *reliable*.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Pada Bagi Hasil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,760	5

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas bagi hasil dapat dikatakan *reliable*, jika nilai *cronbach alpha* $0,760 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel bagi hasil dinyatakan *reliable*.

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Pada Keputusan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	5

Sumber: Data diolah dari hasil *output* SPSS 23

Dari hasil uji reliabilitas keputusan dapat dikatakan *reliable*, jika nilai *cronbach alpha* $0,813 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel keputusan dinyatakan *reliable*.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode *kolmogorov-smirnov*, dengan melihat pada nilai sig (signifikan). Jika signifikan kurang dari 0,05, kesimpulan data tidak berdistribusi normal. Jika signifikan lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal.

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56971485
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,055
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel IV.10 bahwa nilai sig. > 0,05, maka nilai signifikan dari tabel diatas adalah 0,200 > 0,05 berarti dengan uji Kolmogrov Smirnov, data berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai signifikansi pada deviation from linearity > 0,05.

Tabel IV.11
Hasil Uji Linearitas Promosi dengan Keputusan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Promosi	Between Groups	(Combined)	256,405	11	23,310	7,617	,000
		Linearity	203,700	1	203,700	66,563	,000
		Deviation from Linearity	52,705	10	5,270	1,722	,102
	Within Groups		153,014	50	3,060		
Total			409,419	61			

Berdasarkan data diatas, nilai sig sebesar 0,102, jadi dapat disimpulkan nilai sig. $> 0,05$ ($0,102 > 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel promosi dan variabel keputusan dinyatakan linier.

Tabel IV.12
Hasil Uji Linearitas Bagi Hasil dengan Keputusan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Bagi Hasil	Between Groups	(Combined)	236,303	11	21,482	6,205	,000
		Linearity	213,759	1	213,759	61,739	,000
		Deviation from Linearity	22,544	10	2,254	,651	,763
	Within Groups		173,116	50	3,462		
Total			409,419	61			

Berdasarkan data diatas, nilai sig sebesar 0,763, jadi dapat disimpulkan nilai sig. $> 0,05$ ($0,763 > 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bagi hasil dan variabel keputusan dinyatakan linier.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* VIF < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,05$.

Tabel IV.13
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,414	1,778		1,358	,180		
Promosi	,449	,106	,421	4,219	,000	,626	1,598
Bagi Hasil	,428	,092	,465	4,664	,000	,626	1,598

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan Tabel IV.13 dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel promosi adalah $0,626 > 0,05$, variabel bagi hasil adalah $0,626 > 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari $0,05$ ($tolerance > 0,05$) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variable promosi adalah $1,598 < 10$, variabel bagi hasil adalah $1,598 < 10$, Maka dapat

disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinieritas.

b. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah melalui tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Adapun bentuk secara umum mengambil keputusan tidak terjadi autokorelasi adalah $DU < DW < 4-DU$

Tabel IV.14
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,796 ^a	,633	,620	1,59610	1,824

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui DW memiliki nilai sebesar 1,714. Sementara itu diketahui $n= 62$ dan $k= 2$, maka dapat diperoleh hasil $DU= 1,6561$ dan nilai $4-DU= 2,3439$. Dari hasil diatas diperoleh $DU < DW < 4-DU$, $1,6561 < 1,824 < 2,3439$, maka dapat dipastikan tidak terjadinya autokorelasi.

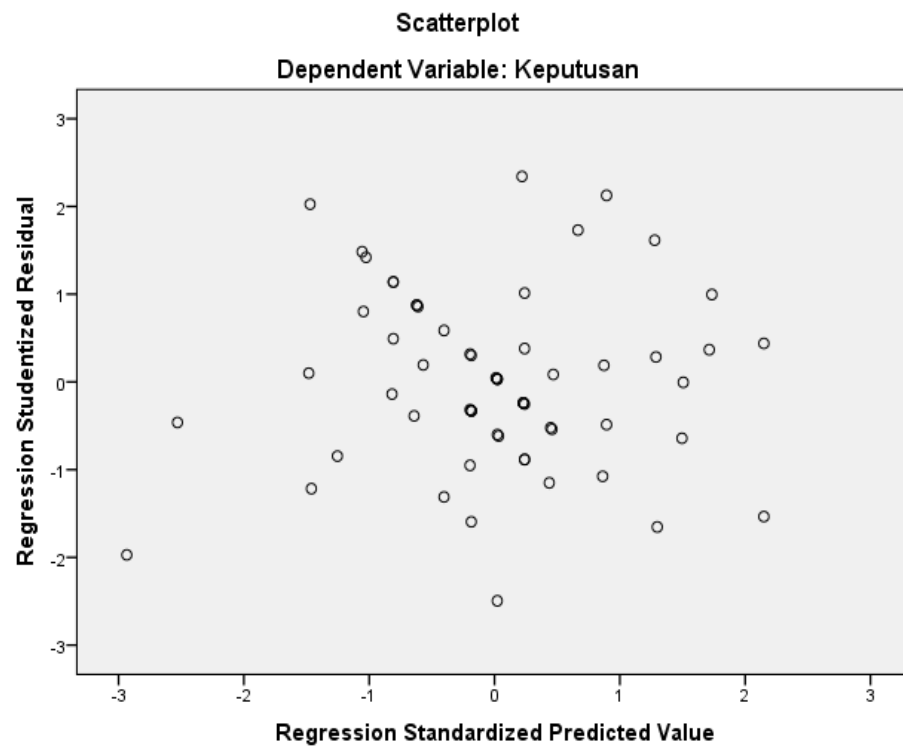
c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola

tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

Gambar IV.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1), bagi hasil (X_2) terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KC Padangsidempuan (Y).

Tabel IV.15
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,414	1,778		1,358	,180
Promosi	,449	,106	,421	4,219	,000
Bagi Hasil	,428	,092	,465	4,664	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Kp = \alpha + b_1Pr + b_2Bg$$

$$Kp = 2,414 + 0,449Pr + 0,428Bg$$

Keterangan:

Kp = Keputusan

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi linier berganda

Pr = Promosi

Bg = Bagi Hasil

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 2,414 artinya apabila variabel promosi, bagi hasil dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah dalam sebesar 2,414 satuan.
- b) Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,449, artinya apabila variabel promosi meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,449 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan keputusan nasabah.
- c) Koefisien regresi variabel bagi hasil sebesar 0,428, artinya apabila variabel bagi hasil meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,428 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara bagi hasil dan keputusan nasabah.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel IV.16
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,414	1,778		1,358	,180
Promosi	,449	,106	,421	4,219	,000
Bagi Hasil	,428	,092	,465	4,664	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 62 - 2 - 1 = 59$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,00100

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel promosi sebesar 4,219 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,00100 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,219 > 2,00100$) H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan secara parsial promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Selanjutnya pada variabel bagi hasil memiliki t_{hitung} sebesar 4,664 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,00100 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,664 > 2,00100$) maka H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan secara parsial bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Tabel IV.17
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	259,115	2	129,558	50,856	,000 ^b
Residual	150,304	59	2,548		
Total	409,419	61			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Promosi

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan regression (df 1) adalah 2 dan residual (df 2) adalah 59, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,15.

Dari hasil uji signifikansi simultan di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 50,856 dan F_{tabel} sebesar 3,15 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($50,856 > 3,15$) maka H_a diterima. Selanjutnya untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dari promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Tabel IV.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,633	,620	1,59610

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan Tabel IV.18 diketahui nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,633, hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan bagi hasil berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah sebesar 63,3%. Sedangkan 36,7 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul Pengaruh Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

1. Secara parsial promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah, terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,219 > 2,00100$).

Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada target pemasarannya. Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen atau nasabah, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha memengaruhi konsumen, untuk meningkatkan permintaan produk tersebut melalui promosi.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian

Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.¹

2. Secara parsial bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah, terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,664 > 2,00100$).

Selanjutnya dukungan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu jurnal Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum mengatakan, bagi hasil berpengaruh positif terhadap simpanan mudharabah dimana bagi hasil memberikan nilai koefisien parameter 0,345 dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Nilai signifikansi dari variabel bagi hasil terhadap simpanan mudharabah adalah $0,001 < 0,05$ (alpha).

3. Secara simultan variabel promosi dan bagi hasil dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,856 > 3,15$) dan nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) yang menyatakan bahwa promosi dan bagi hasil sama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($54,907 > 2,700$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$).

4. Uji koefisien determinasi promosi dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah sebesar 63,3 % sedangkan

¹ Atanasius Hardian Permana Yogiarto, pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta: 2015), hlm. 101.

sisanya 36,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Variabel lain seperti pelayanan, pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian Atanasius Hardian Permana Yogiarto (2015) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.

5. Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya yaitu:

$$Kp = \alpha + b_1Pr + b_2Bg$$

$$Kp = 2,414 + 0,449Pr + 0,428Bg$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 2,414 artinya apabila variabel promosi, bagi hasil dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah adalah sebesar 2,414 satuan.
- b) Koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,449, artinya apabila variabel promosi meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,449 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dan keputusan nasabah. Artinya jika promosi ditingkatkan maka keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan juga akan meningkat.

c) Koefisien regresi variabel bagi hasil sebesar 0,428, artinya apabila variabel bagi hasil meningkat 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,428 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara bagi hasil dan keputusan nasabah. Artinya jika porsi bagi hasil untuk nasabah ditingkatkan maka keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan juga akan meningkat.

E. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah pada proses penyebaran kuisisioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden-responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Juga keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,219 > 2,00100$). Demikian juga dengan variabel bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,664 > 2,00100$).
2. Berdasarkan uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara promosi dan bagi hasil mempunyai pengaruh yang signifikan dengan keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,856 > 3,15$) dan nilai Sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,663 atau 63,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan bagi hasil berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Sedangkan 36,7 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Padangsidempuan

Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan faktor promosi dan dan bagi hasil sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Maka, disarankan untuk para pihak bank untuk meningkatkan promosi sehingga nasabah lebih mengenal produk tabungan mudharabah tersebut, selain itu pihak bank di sarankan juga harus mengelola dana mudharabah dengan maksimal agar bagi hasil dan keuntungan yang diterima nasabah semakin meningkat sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Sehingga para nasabah terus terdorong untuk tabungan mudharabah.

2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain seperti pelayanan yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan tabungan mudharabah. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan penggunaan tabungan mudharabah, misalnya melalui metode wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap karyawan sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016.
- Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Hamid Darmadi, *Metode Penelitian pendidikan dan Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Herry Ahmad Buchorie dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009.

Muhammad Ridwan, *Sistem dan Prosedur Operasional Bnak Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2005.

Nur Asmawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Perss, 2011.

Richard L. Daft, “*Manajeme*” diterjemahkan dari “*Management*” oleh Edward Tanu Jaya dan Shirly Tiolina Jakarta: Salemba Empat, 2003.

Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta, C.V. Andi Offset, 2010.

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

Suharsimi, Arikunto, *prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Wiroso, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT. Grafindo, 2005.

Sumber Jurnal:

Daniel Ortega dan Anas Alhifni. 2017. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah”.
Jurnal Equilibrium :Jurnal Ekonomi Syariah 5, No. 1 : hlm. 87-97.

Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum. 2013-2014. “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Simpanan Mudharabah: Tingkat Religiusitas Sebagai Faktor Moderating (Studi Kasus : di BPRS Binama Semarang)”. *Jurnal Maksimum* 4, No. 1 (September-Februari) : hlm. 29-35.

Novita Erliana Sari, Nik Amah dan Yahya Reka Wirawan. 2017. “Penerapan Prinsip Bagi Hasil Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun”. *Jurnal Promosi*, 5, No. 2 : hlm. 60-67.

Sisca Juliana dan Ade Sofyan Mulazid. 2017. “Analisis Pengaruh BOPO, Kecukupan Modal, Pembiayaan Bermasalah, Bagi Hasil, dan Profitabilitas Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2015”. *Jurnal Li Falah, Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, No. 1 (Juni) : hlm. 24-45.

Vivi Setyawati, Rina Arifati dan Rita Andini. 2016. “Pengaruh Suku Bunga Acuan, Bagi Hasil, Inflasi, Ukuran Bank, NPF, Dan Biaya Promosi Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014”. *Journal Of Accounting* 2, No. 2 (Maret) : hlm. 1-12.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : NURSAKINAH NASUTION
2. Nama Panggilan : Sakinah
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Huraba, 27 April 1997
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Anak Ke : 4 (empat) dari 6 (enam) bersaudara
7. Alamat : Huraba, Kecamatan Siabu, Kabupaten Mandailing
Natal, Provinsi Sumatera Utara
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/Hp : 0822-7473-6568

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 142552 Huraba (2003-2009)
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri Siabu (2009-2012)
3. Madrasah Aliyah Negeri Siabu (2012-2015)
4. Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2015-2019)

C. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama Ayah : Ali Sapar Nst
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Rongga Sari
Pekerjaan : Petani

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Pembimbing I : Muhammad Isa, ST., MM

Pembimbing II : Rodame Monitorir Napitupulu, MM

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket promosi, bagi hasil, dan keputusan untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.”**

Yang disusun oleh:

Nama : Nursakinah Nasution

Nim : 15 401 00026

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan yang di berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan demikian, masukan dan penilain yang diberikan dapat berguna untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket promosi, bagi hasil dan keputusan yang baik.

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 198006052011011003

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 198411302180132001

IDENTITAS RESPONDEN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan dengan jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pekerjaan :

PETUNJUK

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *check list* (√) atau tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan dengan jawaban yang sesuai. Setiap butir pertanyaan berikut ini terdiri dari 5 pilihan jawaban, adapun makna dari jawaban tersebut adalah :

- (SS) : Sangat Setuju
- (S) : Setuju
- (KS) : Kurang Setuju
- (TS) : Tidak Setuju
- (STS) : Sangat Tidak Setuju

A. Promosi

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengenal produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan melalui spanduk dan papan reklame					
2	Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan menawarkan produk secara langsung kepada nasabah/calon nasabah					
3	PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan sering melakukan kegiatan pameran untuk menarik minat nasabah					
4	Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan melakukan promosi dengan baik dan jelas					
5	PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan menyebarkan brosur-brosur yang lengkap dan mudah dipahami					

B. Bagi Hasil

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pembagian hasil usaha sudah dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati di awal					
2	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan dalam bentuk persentase					
3	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan berdasarkan total dana investasi					
4	Saya mengetahui setiap jenis dana investasi memiliki nisbah bagi hasil yang berbeda-beda					
5	Saya merasa bahwa menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang					

	Padangsidimpuan akan memberikan bagi hasil yang sesuai dengan harapan saya					
--	--	--	--	--	--	--

C. Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memutuskan menjadi nasabah simpanan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan berdasarkan pertimbangan yang matang					
2	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan karena dapat memberikan keuntungan					
3	Perhitungan bagi hasil tabungan mudharabah dilakukan berdasarkan saldo rata-rata					
4	Hasil perhitungan tabungan mudharabah dalam angka satuan bulat tanpa mengurangi hak nasabah					
5.	Bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat perhitungan bagi hasil.					

Data Jawaban Responden pada Variabel Promosi

No.	Pernyataan					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	4	5	4	5	23
2	4	3	4	3	3	17
3	5	4	4	4	4	21
4	4	3	2	3	3	15
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	5	5	4	22
8	3	4	3	4	3	17
9	4	4	3	3	5	19
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	4	5	3	22
12	4	4	4	4	5	21
13	4	4	4	5	4	21
14	5	4	4	4	4	21
15	4	4	5	5	5	23
16	5	5	4	5	5	24
17	4	5	3	4	4	20
18	3	4	4	4	4	19
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	3	4	4	5	4	20
22	2	4	4	5	5	20
23	5	4	4	4	4	21
24	5	3	1	4	4	17
25	5	4	4	5	5	23
26	4	4	4	4	4	20
27	3	4	4	4	4	19
28	4	4	4	2	5	19
29	4	5	4	5	4	22
30	3	4	4	5	3	19
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	3	19
33	4	4	4	4	5	21
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	3	19
36	5	4	2	4	3	18
37	4	4	4	4	4	20

38	3	4	4	4	4	19
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	4	3	3	16
43	4	3	3	4	4	18
44	4	4	4	4	3	19
45	4	4	5	5	4	22
46	4	4	5	5	4	22
47	3	2	4	3	2	14
48	3	3	3	3	3	15
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	4	5	24
51	4	4	5	4	4	21
52	4	5	5	5	4	23
53	5	4	5	4	5	23
54	3	3	4	3	3	16
54	1	3	4	4	4	16
56	5	4	4	4	4	21
57	4	3	4	5	4	20
58	4	3	4	5	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	3	4	4	4	19
62	4	4	4	4	4	20

Data Jawaban Responden pada Variabel Bagi Hasil

No.	Pernyataan					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	4	5	5	5	24
2	4	4	4	2	2	16
3	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	2	4	4	3	4	17
9	4	4	3	4	4	19
10	3	3	4	4	2	16
11	4	4	5	4	5	22
12	4	3	4	4	4	19
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	4	5	4	23
15	4	3	4	4	4	19
16	4	4	4	4	4	20
17	5	4	4	4	4	21
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	3	4	4	19
22	5	2	4	4	4	19
23	4	4	4	4	4	20
24	4	2	4	4	4	18
25	5	5	5	5	5	25
26	4	5	4	4	4	21
27	4	5	4	5	4	22
28	4	3	4	2	4	17
29	5	3	4	5	4	21
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	5	4	4	21
32	4	4	5	4	4	21
33	4	4	4	4	5	21
34	5	5	4	5	4	23
35	4	4	3	4	4	19
36	4	4	3	4	4	19
37	2	2	4	4	4	16

38	2	2	4	4	4	16
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	3	4	4	4	4	19
43	4	3	4	4	4	19
44	3	4	4	4	3	18
45	4	4	4	4	4	20
46	5	5	5	5	4	24
47	2	4	4	1	3	14
48	1	1	4	1	4	11
49	4	4	4	4	4	20
50	3	4	4	5	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	5	5	5	4	23
53	3	4	2	4	1	14
54	3	4	4	3	3	17
55	4	3	5	5	4	21
56	4	4	4	4	4	20
57	4	3	3	5	4	19
58	4	3	3	3	3	16
59	3	4	4	4	4	19
60	5	4	4	4	5	22
61	4	3	4	4	5	20
62	4	3	3	4	5	19

Data Jawaban Responden pada Variabel Keputusan

No.	Pernyataan					Total
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	5	4	5	5	23
2	3	3	3	3	3	15
3	5	5	4	4	4	22
4	4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	5	25
6	5	4	5	5	3	22
7	4	5	5	3	5	22
8	3	4	3	3	3	16
9	4	4	3	3	3	17
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	4	4	22
12	4	4	3	4	4	19
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	5	4	4	4	4	21
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	3	3	4	18
19	5	4	3	3	4	19
20	4	2	3	3	4	16
21	4	4	4	4	4	20
22	4	3	4	4	4	19
23	4	3	4	4	4	19
24	4	4	3	3	5	19
25	5	5	5	5	4	24
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	5	4	24
28	4	4	2	4	4	18
29	5	5	5	5	4	24
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20

38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	5	4	4	5	5	23
47	2	4	3	2	3	14
48	4	4	1	1	1	11
49	4	4	4	4	4	20
50	4	5	3	5	4	21
51	4	4	3	4	4	19
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	3	4	4	19
54	3	5	4	4	4	20
55	4	4	3	3	4	18
56	4	5	4	4	4	21
57	4	5	4	4	2	19
58	5	3	4	4	3	19
59	4	4	4	4	3	19
60	4	4	4	3	4	19
61	4	4	4	4	3	19
62	3	4	3	3	4	17

Correlations

		Pr_1	Pr_2	Pr_3	Pr_4	Pr_5	Skor_total
Pr_1	Pearson Correlation	1	,423**	,083	,185	,326**	,608**
	Sig. (2-tailed)		,001	,519	,150	,010	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Pr_2	Pearson Correlation	,423**	1	,378**	,474**	,476**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,001		,002	,000	,000	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Pr_3	Pearson Correlation	,083	,378**	1	,391**	,376**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,519	,002		,002	,003	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Pr_4	Pearson Correlation	,185	,474**	,391**	1	,312*	,673**
	Sig. (2-tailed)	,150	,000	,002		,013	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Pr_5	Pearson Correlation	,326**	,476**	,376**	,312*	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,003	,013		,000
	N	62	62	62	62	62	62
Skor_total	Pearson Correlation	,608**	,786**	,651**	,673**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	5

Correlations

		Bg_1	Bg_2	Bg_3	Bg_4	Bg_5	Skor_total
Bg_1	Pearson Correlation	1	,501**	,288*	,609**	,420**	,814**
	Sig. (2-tailed)		,000	,023	,000	,001	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Bg_2	Pearson Correlation	,501**	1	,297*	,433**	,157	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000		,019	,000	,223	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Bg_3	Pearson Correlation	,288*	,297*	1	,281*	,481**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,023	,019		,027	,000	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Bg_4	Pearson Correlation	,609**	,433**	,281*	1	,400**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,027		,001	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Bg_5	Pearson Correlation	,420**	,157	,481**	,400**	1	,659**
	Sig. (2-tailed)	,001	,223	,000	,001		,000
	N	62	62	62	62	62	62
Skor_total	Pearson Correlation	,814**	,696**	,605**	,784**	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	5

Correlations

		Kp_1	Kp_2	Kp_3	Kp_4	Kp_5	Skor_total
Kp_1	Pearson Correlation	1	,286*	,484**	,586**	,315*	,689**
	Sig. (2-tailed)		,024	,000	,000	,013	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Kp_2	Pearson Correlation	,286*	1	,443**	,428**	,272*	,625**
	Sig. (2-tailed)	,024		,000	,001	,032	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Kp_3	Pearson Correlation	,484**	,443**	1	,725**	,490**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Kp_4	Pearson Correlation	,586**	,428**	,725**	1	,540**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	62	62	62	62	62	62
Kp_5	Pearson Correlation	,315*	,272*	,490**	,540**	1	,705**
	Sig. (2-tailed)	,013	,032	,000	,000		,000
	N	62	62	62	62	62	62
Skor_total	Pearson Correlation	,689**	,625**	,852**	,884**	,705**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	62	62	62	62	62	62

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	5

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,796 ^a	,633	,620	1,59610	1,824

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259,115	2	129,558	50,856	,000 ^b
	Residual	150,304	59	2,548		
	Total	409,419	61			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Promosi

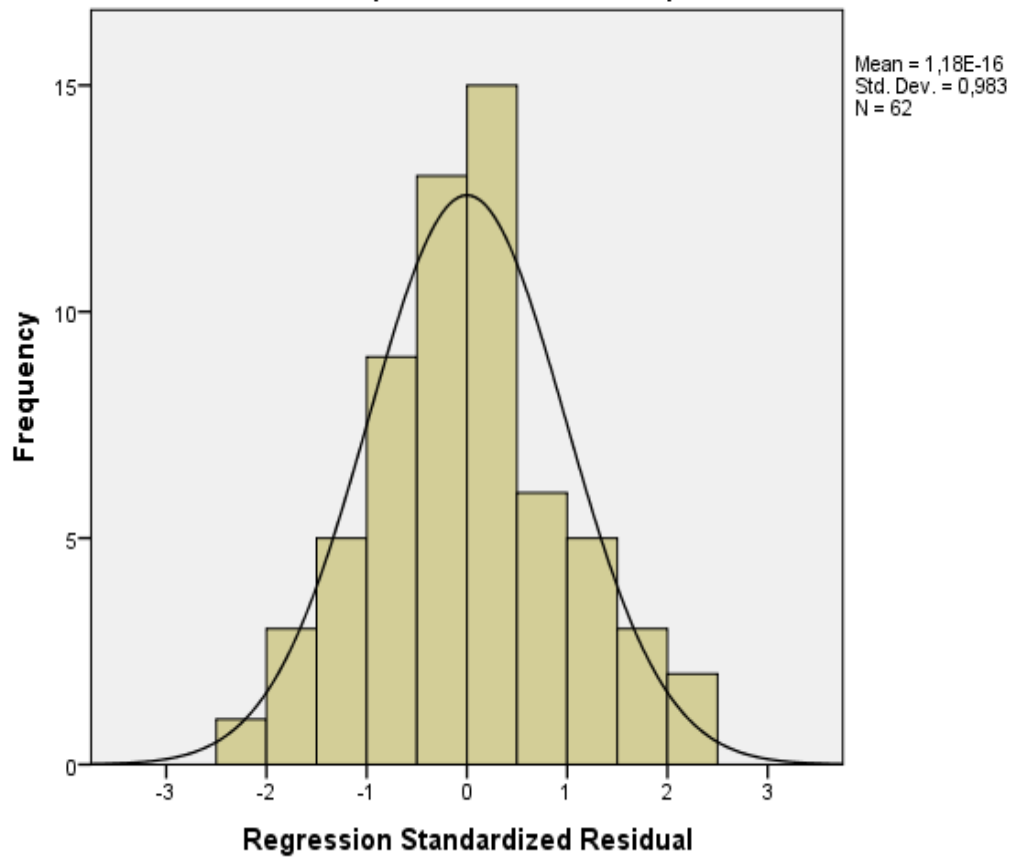
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,414	1,778		1,358	,180		
	Promosi	,449	,106	,421	4,219	,000	,626	1,598
	Bagi Hasil	,428	,092	,465	4,664	,000	,626	1,598

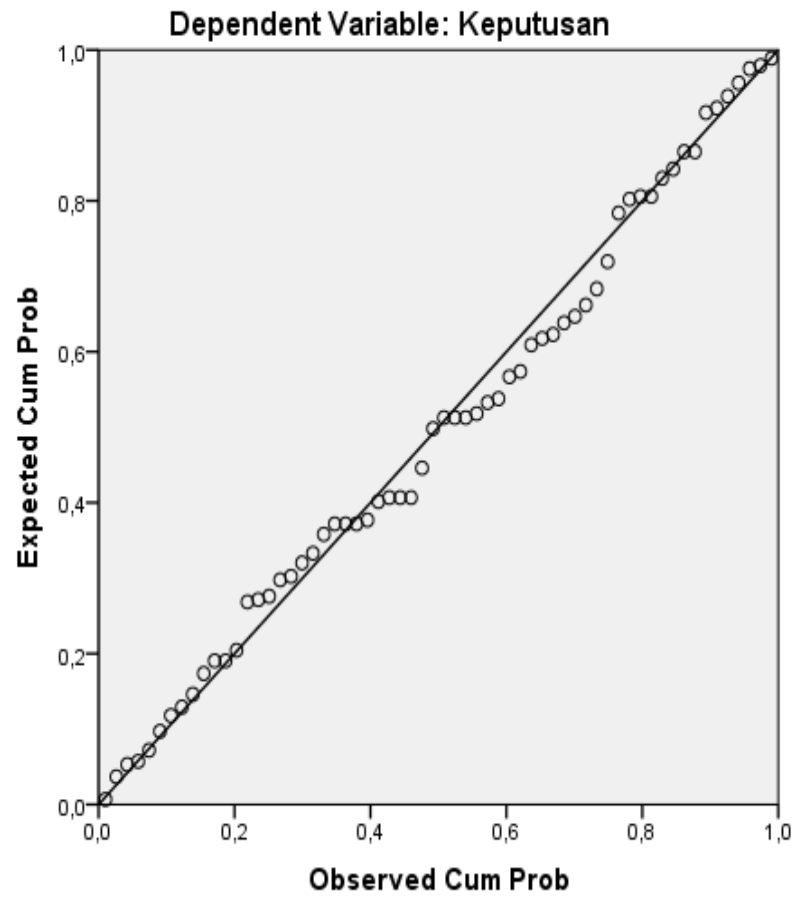
a. Dependent Variable: Keputusan

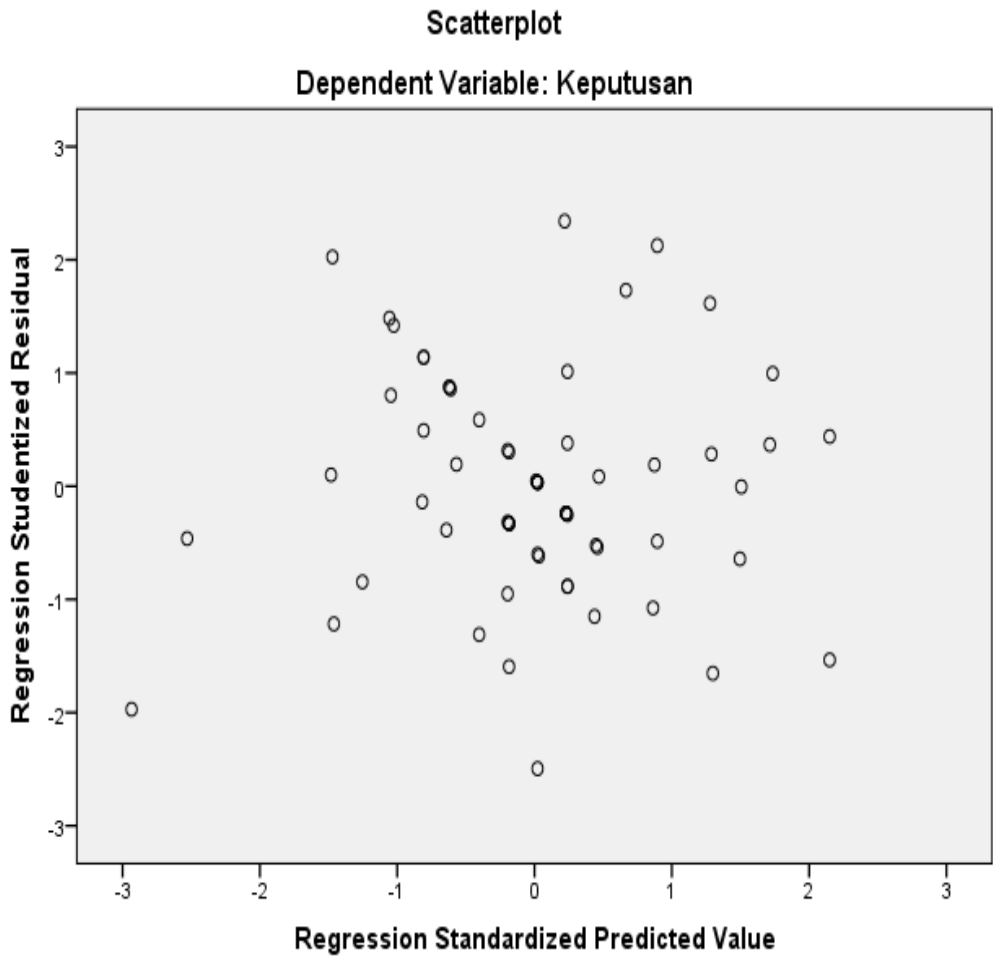
Histogram

Dependent Variable: Keputusan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56971485
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,055
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Promosi	Between Groups	(Combined)	256,405	11	23,310	7,617	,000
		Linearity	203,700	1	203,700	66,563	,000
		Deviation from Linearity	52,705	10	5,270	1,722	,102
	Within Groups		153,014	50	3,060		
Total			409,419	61			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Bagi Hasil	Between Groups	(Combined)	236,303	11	21,482	6,205	,000
		Linearity	213,759	1	213,759	61,739	,000
		Deviation from Linearity	22,544	10	2,254	,651	,763
	Within Groups		173,116	50	3,462		
Total			409,419	61			

Dokumentasi dengan Beberapa Nasabah



