

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA NASABAH PT. BANK MEGA SYARIAH KCP BEKASI**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S-1)
Pada Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah**



Disusun Oleh :

Rabiatul Hasanah Harahap

41182933160031

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (S1)

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

2022

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
PADA NASABAH PT. BANK MEGA SYARIAH KCP BEKASI**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S-1)

Pada Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Rabiatul Hasanah Harahap

41182933160031

Di bawah Bimbingan:



Purnama Putra, S.Akt, M.Si
NIDN. 0405108102

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (S1)

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

2022

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul : “Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah PT. Bank Mega Syariah KCP Bekasi” telah diujikan dalam Sidang Munaqashah Fakultas agama Islam Universitas Islam “45” Bekasi pada tanggal 15 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program studi Perbankan Syariah.

Bekasi, 15 Agustus 2022

Sidang *Munaqoshah*,

Dekan/
Ketua Merangkap Anggota

Ketua Program Studi
Sekretaris Merangkap Anggota



(Dr. Yoyo Hambali, M.A)
NIDN. 0418047601

(Rafika Rahmawati, S.E.I, M.Si)
NIDN. 0418128801

Anggota,

(Isfandayani, M.Si)
NIDN. 0419107401

(Purnama Putra, S.Akt. M.Si)
NIDN. 0405108102

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rabiatul Hasanah Harahap

NPM : 41182933160031

Program studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah PT. Bank Mega Syariah KCP Bekasi**” merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya, bukan duplikasi karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk sumbernya dan disebut dalam *footnote* dan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak dipaksakan.

Bekasi, 15 Agustus 2022



Rabiatul Hasanah Harahap
41182933160031

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah, serta menganalisis kesesuaian yang digunakan bank syariah dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pada nasabah Bank Mega Syariah Kantor Cabang Bekasi sebanyak 100 orang nasabah sebagai objek penelitian.

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS Statistik* 21 sebagai alat untuk menganalisis data, dengan melakukan teknik analisis uji instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Uji statistik melalui uji t-test, uji F-test, koefisien determinasi (R^2) dan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t-test variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil uji F-test terhadap promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu 0.693 yang berarti kontribusi variabel independen (promosi, lokasi, kualitas pelayanan) mempengaruhi variabel dependen (keputusan) sebesar 69.3% dan sisanya 30.7% dipengaruhi variabel diluar model.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi, lokasi dan kualitas pelayanan menjadi faktor pendorong bagi peningkatan keputusan nasabah untuk menabung. Dengan demikian pihak manajemen Bank Mega Syariah hendaknya lebih meningkatkan kualitas promosi, lokasi dan kualitas pelayanannya agar dapat peningkatan keputusan nasabah untuk menabung.

Kata Kunci: Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan.

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of promotion, location, and quality of service on the decision to save in Islamic banks, as well as analyze the suitability of the use of Islamic banks with the needs and desires of customers. The population used in this research is the customers of Bank Mega Syariah Bekasi Branch Office as many as 100 customers as the object of research.

The data management in this study uses the SPSS Statistics 21 application as a tool to analyze the data, by performing analysis techniques of research instrument testing through validity and reliability tests, classical assumption tests through normality tests, heteroscedasticity tests and multicollinearity tests. Statistical test through t-test, F-test, coefficient of determination (R^2) and multiple linear regression test.

The results of this study indicate that the results of the t-test of promotion variables and service quality variables have a positive and significant effect on decisions. While the location variable has a positive but not significant effect on saving decisions. The results of the F-test on promotion, location and service quality have a positive and significant effect on saving decisions. The result of the coefficient of determination test (R^2) is 0.693, which means that the contribution of the independent variables (promotion, location, service quality) affects the dependent variable (decision) by 69.3% and the remaining 30.7% is influenced by variables outside the model.

Based on the results of the research above, it can be concluded that promotion, location and service quality are the driving factors for increasing customer decisions to save. Thus, the management of Bank Mega Syariah should further improve the quality of promotion, location and quality of service in order to increase customer decisions to save.

Keywords: Promotion, Location, Service Quality, Decision.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ahamdulillahi Rabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, hidayah, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) , pada Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Islam "45" Bekasi.

Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalah untuk menyelamatkan kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dari beberapa pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hermanto, Drs., M.M., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam "45" Bekasi.
2. Bapak Dr. Yoyo Hambali, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Ibu Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si. selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Purnama Putra, S.Akt. M.Si. selaku Pembimbing yang dengan

tulus meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.

5. Ibu Isfandayani, M.Si. selaku Pembimbing Akademik (PA) dan Bapak Rizal Fahlevi, Lc. M.Si. selaku Dosen Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam “45” Bekasi yang senantiasa memberikan pembelajaran dan motivasi selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam ‘45” Bekasi yang telah membimbing serta mendidik dan mengajarkan ilmu-ilmu pengetahuan yang insyaallah bermanfaat bagi penulis dan senantiasa bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
7. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan petunjuk, arahan dan bimbingannya kepada penulis.
8. Ibu Malinda Wendi dan Ibu Deni selaku Pegawai Bank Mega Syariah Kantor Cabang Pembantu Bekasi yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data pada skripsi ini.
9. Orang tua saya Bapak Ridhoan Harahap dan Ibu Farida Wati Siregar dan saudara saya tercinta Achmad saleh, Fitriani Solih, Ardian Saleh, dan Nurilah solih yang selalu memberikan dukungan, baik moril maupun materil serta semangat dan do’a yang tiada hentinya dalam mendukung kegiatan yang penulis lakukan.
10. Sahabat-sahabatku Mega Juliani, Anindya Putri, Alisa Sri Nur

Komala, Irna Malikatun, Kholidatul Fikriyah dan Fitridayani yang selalu membantu, memberikan semangat serta dukungan yang luar biasa.

11. Roy Hanafi Harahap yang telah memberikan arahan, motivasi

Dan memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Teman-teman Perbankan Syariah tahun angkatan 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kenangan selama kuliah.

13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung dan tidak langsung.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis menyadari, dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak yang sangat penulis harapkan. Semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Batasan Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12

BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Bank Syariah	14
2.2 Strategi Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 4P.....	18
2.2.1 Promosi (<i>Promotion</i>).....	19
2.2.2 Lokasi (<i>Place</i>)	21
2.3 Kualitas Pelayanan	23
2.4 Keputusan Menabung	26
2.5 Review Studi Terdahulu	30
2.6 Kerangka Pemikiran	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Sumber Data	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Skala Pengukuran Data	36
3.5 Populasi dan Sampel	37
3.5.1 Populasi	37
3.5.2 Sampel	37
3.5.3 Teknik Sampling.....	39
3.6 Variabel Penelitian.....	39
3.7 Definisi Konsep dan Operasional	40

3.8	Metode Analisis Data	42
3.8.1	Uji Validitas	42
3.8.2	Uji Reabilitas	43
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.8.5	Uji Hipotesis	46
3.8.6	Uji R (Koefisien Determinan)	47
3.9	Hipotesis Penelitian	47
BAB IV		49
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	51
4.3	Statistik Deskriptif	52
4.3.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	53
4.3.3	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.4	Hasil Analisis Data	55
4.4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian	55
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas	55
4.4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4.2	Uji Statistik	58
4.4.2.1	Hasil Uji T Test	58

4.4.2.2	Hasil Uji F Test	59
4.4.2.3	Hasil Uji R (Koefisien Determinasi)	60
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.3.1	Hasil Uji Normalitas	61
4.4.3.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.4.3.3	Hasil Uji Multikolinearitas	63
4.4.4	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	64
4.5	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	65
4.6	Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Mega Syariah KCP Bekasi.....	68
BAB V		69
PENUTUP		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN-LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Jumlah Industri Perbankan Syariah 2021	2
Tabel 1.2	Perkembangan Asset, Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Bank Mega Syariah	3
Tabel 2.1	Perkembangan Asset, Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Bank Mega Syariah	16
Tabel 2.2	Produk Penghimpunan Dana (<i>Funding</i>)	17
Tabel 2.3	Penelitian Studi Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2	Definisi Konsep dan Operasional	40
Tabel 4.1	Deskripsi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Deskripsi Frekuensi Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3	Deskripsi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.6	Hasil Uji T-test.....	58
Tabel 4.7	Hasil Uji F-test	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	60
Tabel 4.9	Hasil Kolmogorov-Smirnov Test.....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan	27
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Scatterplot.....	62