

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM
CABANG ADIWERNA**



TUGAS AKHIR

OLEH :

FRISCA FASYAH SILVANITA

NIM 18030106

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM
CABANG ADIWERNA

Oleh Mahasiswa :

Nama : Frisca Fasyah Silvanita

NIM : 18030106

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal 26 Juli 2021

Pembimbing I



Bahri Kamal, SE,MM

NIPY. 05.015.218

Pembimbing II



Dewi Sulistyowati,SE,CAAT

NIPY. 12.013.162

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM
CABANG ADIWERNA

Oleh :

Nama : Frisca Fasyah Silvanita

NIM : 18030106

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal 26 Juli 2021

1. Bahri Kamal, SE, MM

Ketua Penguji

2. Anita Karunia, SE, M.Si

Penguji I

3. Dewi Kartika, SE, M.Ak, CAAT

Penguji II



Mengetahui,

Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, S.E, M.Si, Ak, CA

NIPY. 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA” beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 26 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Frisca Fasyah Silvanita

NIM 18030106

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Program D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frisca Fasyah Silvanita

NIM : 18030106

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama **Hak Bebas Royalti Nonekseklusif** (*Noneexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna”

Dengan Hak Bebas Royalti/Nonekseklusif ini Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatnya, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 26 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Frisca Fasyah Silvanita

18030106

HALAMAN MOTTO

“Seungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar Ra'd : 11)

“Bukan orang terkuat dan terpintar yang akan bertahan tetapi orang yang paling bisa beradaptasi”

(Charles Darwin)

“Jika kamu tak sanggup menahan lelahnya belajar, maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan”

(Imam Syafi'i)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS.Al Insyirah : 5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya, yang selalu memberikan kesehatan dan telah memudahkan segala urusan saya sehingga diberi kemudahan dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua tersayang saya Bapa Aris Irwanto dan Ibu Maslikha yang selalu mendukung dan mendoakan saya, dan terimakasih atas segala motivasi, semangat, kasih sayang, serta segala pengorbanan yang telah mengantarkanku pada titik ini.
3. Untuk semua keluarga Besar ku yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Untuk semua teman-teman seperjuangan kelas 6D yang selama 3 tahun kuliah bersama.
5. Sahabat-sahabatku Suci, Gay, Farah, Afria, Istiqiyah, Tiara, Juni yang selalu memberi dorongan untuk lebih semangat merain cita-cita.
6. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA”. Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menvcapai gelar Ahli Madya(A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

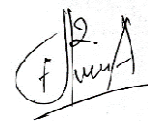
Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalm kesempatan ini saya ingin menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, M.PP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama
2. Ibu Yeni Priatna sari, SEM.Si,Ak,CA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE,MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Sulistyowati, SE,CAAT selaku doseme pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Seluruh staff dan karyawan BMT BUM cabang Adiwerna yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
6. Keluarga yang telah banyak memberikan semangat, nasehat dan mendoakan kepada saya.
7. Teman-teman baik dikampus yang telah memberikan dorongan, doa dan semangat serta seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut membantu hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan yang ada. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati masalah akuntansi pada umumnya.

Tegal, 26 Juli 2021



Fisca Fasyah Silvanita

NIM 18030106

ABSTRAK

Frisca Fasyah Silvanita. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Bahri Kamal, S.E., M.M., CMA.; Pembimbing II: Dewi Sulistyowati S.E., CAAT.

BMT BUM merupakan lembaga keuangan koperasi simpan pinjam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT BUM Cabang Adiwerna. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan menggunakan Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F) dan Koefisien Determinasi dengan alat analisis IBM SPSS Statistic 25. Hasil perhitungan dengan uji F diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar 87,877 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,090 ($87,877 > 3,090$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Menabung

ABSTRACT

Silvanita, Frisca Fasyah. 2021. *The Influence of Service Quality and Promotion on Customer Decisions to Save at BMT BUM Adiwerna Branch.* Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Bahri Kamal, S.E., M.M., CMA.; Co-Advisor: Dewi Sulistyowati S.E., CAAT.

BMT BUM is a savings and loan cooperative financial institution. This study was aimed to determine the effect of Service Quality and Promotion on customer decisions to save at BMT BUM. The population in this study were all customers of BMT BUM Adiwerna Branch. The sampling technique used the slovin formula with a sample of 97 respondents. Data collection techniques using observation, questionnaires, interviews, and literature study. The data analysis technique was quantitative using Quantitative Descriptive Statistical Analysis, Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity Test and Heteroscedasticity Test), Multiple Linear Analysis, Hypothesis Testing (T Test and F Test) and Coefficients Determination by analysis tool IBM SPSS Statistic 25. The results of calculations with the F test obtained the value of sig. 0.000 < 0.05 and the calculated F is 87.877 with a Ftable value of 3.090 (87.877 > 3.090), then Ho is rejected and Ha is accepted. Based on the conclusion that the quality of service and promotion affect the customer's decision to save at BMT BUM Adiwerna branch.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Saving Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6

1. 4	Manfaat Penelitian.....	7
1. 5	Batasan Masalah.....	7
1. 6	Kerangka Berpikir	8
1. 7	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....		12
TINJUAN PUSTAKA		12
2. 1	Kualitas Pelayanan	12
2. 2	Promosi.....	16
2.2.1	Pengertian Promosi	16
2.2.2	Tujuan Promosi	17
2.2.3	Indikator Promosi.....	19
2. 3	Keputusan Menabung.....	21
2. 4	Penelitian Terdahulu.....	24
2. 5	Hipotesis Penelitian	27
BAB III		32
METODE PENELITIAN.....		32
3. 1	Lokasi Penelitian	32
3. 2	Waktu Penelitian	32
3. 3	Jenis Data	32
3. 4	Sumber Data	33

3. 5	Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian.....	33
3. 6	Teknik Pengumpulan Data	35
3. 7	Definisi Operasional Variabel	36
3. 8	Metode Analisis Data	37
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1	Sejarah Berdirinya BMT Bina Umat Mandiri (BUM) Tegal.....	44
4.2	Hasil Analisis Data.....	46
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	46
4.2.2	Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.2.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	55
4.2.6	Uji Hipotesis	57
4. 3	Pembahasan	60
BAB V.....		63
KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir.....	9
------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Statistik Deskriptif	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.....	48
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung.....	50
Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Data Deskripsi Responden.....	71
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	74
Lampiran 4 Deskriptif Statistik Seluruh Responden.....	82
Lampiran 5 Deskriptif Statistik Jenis Kelamin	83
Lampiran 6 Deskriptif Umur Responden.....	83
Lampiran 7 Deskriptif Statistik Pekerjaan	83
Lampiran 8 Deskrptif Statistik Pendidikan Terakhir	83
Lampiran 9 Deskriptif Statistik Lama Menabung.....	84
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas	86
Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas.....	87
Lampiran 13 Hasil Uji Heterokedastisitas	87
Lampiran 14 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	88
Lampiran 16 Hasil Uji t.....	88
Lampiran 17 Hasil Uji F	88
Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89
Lampiran 19 Tabel t.....	89
Lampiran 20 Tabel F.....	90
Lampiran 21 Surat Kesiediaan Pembimbing.....	91
Lampiran 22 Buku Bimbingan	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini harus diakui bahwa perkembangan aktivitas kehidupan manusia dimuka bumi ini tidak bisa dikesampingkan dengan perbankan. Artinya kebutuhan lembaga keuangan atau bank sangat membantu memberi kemudahan dalam mempercepat berbagai aktivitas ekonomi dan publik telah percaya jika bank dan lembaga keuangan dianggap sebagai salah satu alternatif solusi. Lembaga keuangan adalah suatu badan yang yang kegiatannya menghimpun dana dan penyaluran dana kepada masyarakat, terutama guna membiayai investasi perusahaan. Sedangkan lembaga keuangan syariah merupakan suatu perusahaan yang usahannya bergerak dibidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Mardani, 2017)^[1].

Perkembangan ekonomi masyarakat saat ini semakin maju, yang ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dan dapat dengan mudah membuat masyarakat memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan keinginannya. Masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di lembaga keuangan syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan syariah. Munculnya lembaga keuangan konvensional yang lebih banyak daripada lembaga keuangan syariah juga dapat

menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang menabung di lembaga keuangan syariah (Bismihayati, 2020)^[2].

Lembaga Keuangan syariah terdiri dari bank dan non bank. Baitul Maal Tanwil (BMT) adalah salah satu bentuk lembaga keuangan syariah non bank. BMT diharapkan dapat mampu mengatasi permasalahan-permasalahan mengenai perkembangan masyarakat perekonomian menengah kebawah. Banyak hal yang membedakan BMT dengan lembaga keuangan lainnya, termasuk dengan bank yang secara sekilas mirip dengan BMT. BMT mempunyai ciri utama pada pelayanan nasabahnya, BMT memberikan kemudahan terhadap nasabah yang umumnya adalah rakyat kecil. Hadirnya BMT dikalangan masyarakat menengah kebawah ini dapat mendongkrak perekonomian Negara.

BMT BUM cabang Adiwerna merupakan lembaga keuangan syariah yang terletak di kecamatan Adiwerna Kabupten Tegal. Kantor pusat BMT BUM terletak di jl. Perintis Kemerdekaan No. 6 Kec. Tegal Timur, Kota Tegal. Dan beberapa cabang yang berada di Adiwerna, Slawi, dan Ketanggungan Brebes. BMT BUM menjalankan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat baik dana sosial maupun bisnis, serta menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman sosial.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan. Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang

menikmati pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Dalam melayani sebaiknya petugas bank mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini di disebabkan setiap nasabah memiliki sifat yang berbeda-beda. Namun secara umum, setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian.

BMT BUM cabang Adiwerna memberikan fasilitas pelayanan untuk memberikan kenyamanan, kemudahan serta keamanan bagi nasabah berupa kualitas pelayanan dari karyawan yang sopan, ramah, tanggap, profesional, serta mampu melayani dengan cepat dan tepat. Selain itu BMT BUM menawarkan kemudahan transaksi yaitu dengan pelayanan sistem jemput bola, sehingga nasabah tetap bisa menabung dan mengambil tabungan tanpa harus ke kantor BMT.

Keputusan menurut Dwi (2019:2)^[3] adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Perilaku nasabah merupakan sebuah studi dari suatu proses keputusan nasabah, mengapa nasabah mau menggunakan dan memanfaatkan produk-produk dari lembaga keuangan yang ditawarkannya. Lembaga keuangan perlu memahami faktor yang menyebabkan seseorang mau menjadi nasabah. Keputusan nasabah biasanya dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh petugas suatu lembaga keuangan.

Dalam hal ini terdapat banyak aspek yang harus diperhatikan, salah satunya adalah dengan adanya promosi. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli, mengkonsumsi atau menggunakannya. . BMT BUM melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur, promosi personal karyawan kepada calon nasabah.

Secara umum masyarakat yang ingin menabung tentu memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Demikian pula dengan BMT BUM cabang Adiwerna merupakan lembaga keuangan syariah yang selalu meningkatkan pelayanannya dan selalu melakukan promosi secara maksimal dalam upaya peningkatan jumlah nasabah. Secara umum BMT mempunyai fungsi untuk melayani simpanan dan pembiayaan masyarakat. Banyaknya lembaga keuangan di daerah maka BMT BUM cabang Adiwerna dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para nasabahnya dalam upaya memberikan kepuasan dan memberikan promosi produk-produk yang ditawarkan secara maksimal agar nasabah mengetahui produk apa saja sehingga nasabah termotivasi dan memutuskan untuk menabung di BMT BUM cabang Adiwerna.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan di BMT BUM cabang adiwerna, ada beberapa permasalahan terkait pelayanan kepada nasabah. Permasalahan pertama yaitu ada beberapa fasilitas yang masih kurang seperti nomor antrian masih menggunakan sistem manual, pemanggilan nomer antrian masih menggunakan suara dari teller, ruang

tunggu masih terlalu kecil, dan ada beberapa keluhan dari nasabah yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas , yaitu kurang tanggap dalam menangani keluhan nasabah.

Kemudian kurangnya promosi yang dilakukan oleh petugas sehingga ada beberapa nasabah yang masih kurang paham apa saja produk-produk yang dimiliki oleh BMT BUM, banyak nasabah yang kurang paham terhadap teknologi sehingga kurang memahami produk yang di promosikan melalui media sosial.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung. Penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA”**.

1. 2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna?

1. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pertimbangan antara teori yang dipelajari dengan praktik yang sebenarnya terjadi di lapangan untuk kemudian dapat dijadikan sebagai input untuk mengaplikasikannya pada keadaan yang sesungguhnya. Untuk dijadikan sebagai acuan atau bahan tambahan bagi pihak yang membutuhkan dalam membuat penulisan yang relevan.

2. Bagi BMT BUM Cabang Adiwerna

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi BMT BUM cabang Adiwerna dalam memberikan kualitas pelayanan dan promosi terhadap nasabah.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bacaan serta kajian ilmu khususnya bagi program studi Akuntansi maupun mahasiswa Politeknik Harapan Bersama.

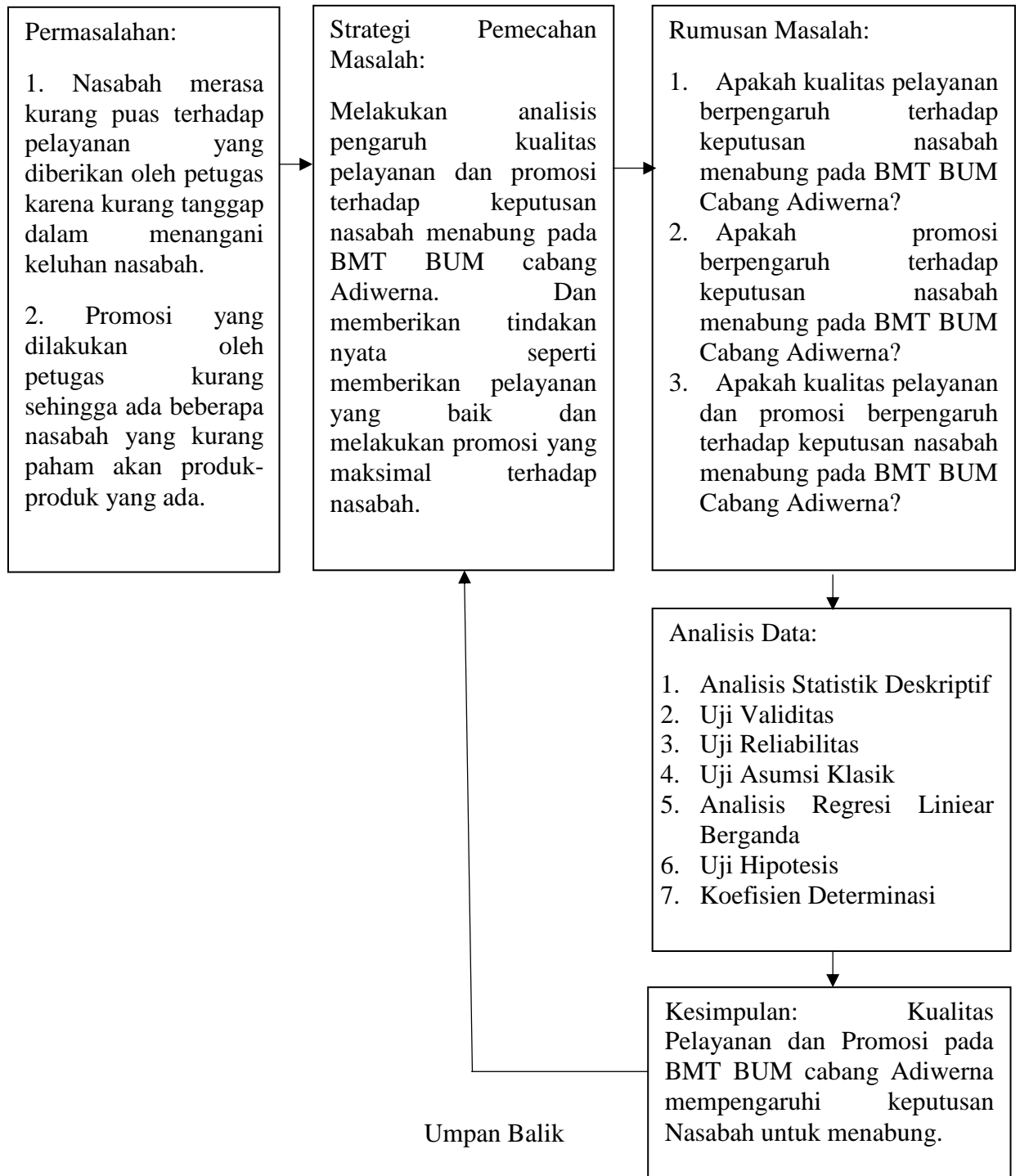
1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka permasalahan penelitian ini dibatasi hanya menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna.

1.6 Kerangka Berpikir

Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna adalah suatu proses penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Penulis menggunakan metode analisis Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier berganda, Pengujian Hipotesis dan Determinasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian kualitas pelayanan, promosi dan keputusan menabung.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Buku Bimbingan, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Suatu perusahaan yang berhasil memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya akan dapat mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan. Menurut Lewis dan Booms merupakan pakar pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan espektasi pelanggan.

Kualitas jasa adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan dengan sesuai harapan konsumen. Sedangkan menurut Lovelock, pengertian kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.(Eka:2012)^[4]

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang

dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatannya untuk memenuhi harapan pelanggan.

2.1.2 Dimensi kualitas pelayanan

Pada penelitian parasuraman tahun 1998 dalam Putri (2018:25)^[5] dimensi kualitas pelayanan jasa memiliki 5 (lima) dimensi pengukuran yaitu:

a. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

b. Daya tanggap (*Responsivines*)

Yaitu kemauan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dengan disertai penyampaian jasa yang jelas. Dalam hal ini perusahaan tidak hanya selalu cepat tanggap pada keluhan konsumen yang timbul karena janji tidak terpenuhi, namun juga cepat tanggap menangkap perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi, peralatan dan perilaku konsumen.

c. Empati (*Empathy*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Variabel ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan, kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*cortecy*).

e. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fisik/gedung dan lain sebagainya.

Ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

a. Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggan. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan antara kualitas pelayanan dari sudut pelanggan. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan pelayanan yang paling penting bagi pasar sasaran.

b. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan oleh perusahaan maka semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan

c. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu pelayanan merupakan upaya sangat positif dalam rangka penyampaian mutu pelayanan. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil suatu keputusan secara lebih baik.

d. Menciptakan automating quality

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas mutu pelayanan yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki.

e. Menindak lanjuti pelayanan

Menindak lanjuti pelayanan dapat membantu memisahkan aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua

pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan(Gunarto:2006)^[6].

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen. Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012)^[7] merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Menurut Kasmir dalam Asti (2016:22)^[8] promosi merupakan kegiatan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa promosi adalah cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong atau menarik calon konsumen agar membeli atau menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Promosi

merupakan alat komunikasi yang bersifat sosialisasi dan persuasif agar konsumen tertarik menggunakan produk atau jasa kita.

2.2.2 Tujuan Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian, menciptakan dan menumbuhkan keinginan, serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Tujuan promosi mengakibatkan keinginan para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu, harus diusahakan bagai mana mempengaruhi berfikir konsumen akhir meyakinkan pembeli. Sedangkan kata promosi harus baik dan menarik, sehingga memberi kesan bahwa pembeli tidak menghendaki produk yang lain selain dari produk yang ditawarkan kepadanya (Putri:2018)^[5].

Menurut Kismono dalam Putri (2018:33)^[5] perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusahaan secara lebih luas. Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan berikut ini:

a. Memberikan Informasi

Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan

informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembelianya.

b. Meningkatkan Penjualan

Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk dan sebagainya. Untuk membujuk konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain.

c. Menstabilkan Penjualan

Pada saat pasar lesu perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.

d. Memposisikan Produk

Perusahaan perlu memposisikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Strategi yang tepat seperti iklan dapat membantu perusahaan.

e. Membentuk Citra Produk

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi

iklan (advertising) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

2.2.3 Indikator Promosi

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan. Pada umumnya alat-alat promosi tersebut memiliki hubungan yang erat, sehingga diantaranya tidak dapat dipisahkan, karena bersifat saling mendukung dan melengkapi.

Menurut Kotler dan Keller dalam Asti (2018:24)^[8] Ada hal yang harus diperhatikan, yaitu bauran promosi yang terdiri dari:

a. Iklan

Yaitu semua bentuk terbayar dari presentasi *nonpersonal* dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Bentuk iklan adalah iklan cetak dan tayangan, kemasan luar, sisipan kemasan, film, brosur dan buklet, poster dan selebaran, direktori, cetak ulang iklan, papan iklan, tanda pajangan, pajangan titik pembelian, bahan *audiovisual*, simbol dan logo, video.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi dalam bentuk lain di luar periklanan, personal selling, maupun publisitas. Misalnya, melalui pameran atau kampanye peragaan tentang produk yang ditawarkan dengan contoh peragaan pun bisa dilakukan ditempat umum.

Sales promotion merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk membuat penjualan meningkat, baik dengan cara pameran, demo produk, hadiah, dan sebagainya.

c. Penjualan personal

Merupakan interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan.

d. Publisitas (publicity)

Publisitas adalah bentuk komunikasi perusahaan. Perusahaan membuat informasi dalam bentuk berita komersial melalui media massa. Publisitas sebagai sejumlah informasi tentang seseorang, barang-barang atau organisasi yang disebarluaskan kemasyarakat melalui media tanpa dipungut pengawasan dari sponsor.

Kegiatan publisitas dilakukan oleh public relation atau humas yang bertugas lebih luas yakni menciptakan dan mempertahankan hubungan bisnis yang menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat. Publisitas dapat dilakukan dengan mengundang wartawan atau media massa. Cara lain misalnya, dengan menyelenggarakan pertandingan olah-raga, pertunjukan kesenian atau kegiatan sosial lainnya dengan disponsori perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa bauran promosi adalah suatu cara untuk menyampaikan dan memperkenalkan suatu produk kepada konsumen dengan penggunaan alat-alat promosi

mencakup kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, dan publisitas yang bertujuan untuk tujuan program penjualan.

2.3 Keputusan Menabung

Menurut Eva (2018:37)^[9] Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Dalam setiap keputusan untuk memilih suatu alternatif seharusnya perlu dipertimbangkan kerugian-kerugian yang akan didapat. Konsumen akan melewati lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan tersebut.

Kebutuhan nasabah ditentukan oleh perilaku nasabah yang akan mempengaruhi tindakan dan keputusan nasabah untuk menggunakan tabungan tersebut. Dalam pengambilan keputusan ada beberapa tahap proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dalam Eva (2018:38)^[9] tahap-tahap yang akan dilakukan calon nasabah dalam menentukan pembelian suatu produk / jasa bank adalah sebagai berikut:

- 1) Timbulnya kebutuhan

Timbulnya kebutuhan akan barang/jasa dapat dikarenakan faktor eksternal dan internal. Sebagai contoh seseorang ingin menyimpan uangnya di bank dikarenakan jika disimpan dirumah kurang aman (faktor internal). Dipihak lain seseorang ingin memiliki kartu kredit suatu bank karena banyak teman yang sudah memiliki (faktor eksternal).

2) Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai tergerak minatnya akan berusaha mencari lebih banyak informasi. Jika dorongan konsumen ini kuat dan objek pemuas kebutuhan itu tersedia sangatlah mungkin konsumen membelinya. Jika tidak, kebutuhan konsumen itu akan mengendap dalam ingatannya.

Sumber-sumber informasi terbagi menjadi 7 kelompok yaitu:

- a) Sumber pribadi (keluarga, tetangga, teman, kenalan)
- b) Sumber niaga (iklan, pameran)
- c) Sumber umum (media massa)
- d) Sumber dengan coba-coba
- e) Sumber komersial
- f) Sumber publik

3) Penilaian informasi

Setelah mendapat informasi dari berbagai sumber, calon nasabah akan melakukan penilaian terlebih dahulu atas informasi yang masuk dan dengan pertimbangan calon nasabah ini sumber mana akan dipilih salah satu sumber informasi yang paling tepat. Permasalahannya adalah

bagaimana calon nasabah memilih di antara beberapa bank. Secara umum, proses penelitian informasi terhadap pilihan pada suatu bank adalah sebagai berikut.

- Karakteristik bank yaitu calon nasabah akan mengamati ciri-ciri apa, apakah yang menonjol pada bank tersebut.
- Pemberian bobot kepentingan pada ciri-ciri yang relevan yaitu calon nasabah lebih mementingkan tingkat kesehatan bank daripada akibat-akibat bank lainnya.
- Kepercayaan akan merk bank adalah kepercayaan ini dapat bervariasi sesuai dengan ciri yang sebenarnya pengaruh seleksi persepsi, distorsi dan selektif.
- Fungsi utilitas yaitu yang menggambarkan bagaimana nasabah mengharapkan kepuasan jasa yang bervariasi menurut tingkat alternatif dari setiap ciri
- Proses evaluasi, calon nasabah pada saat mempertimbangkan, memilih jasa/bank yang sesuai dengan selera akan sampai pada prosedur evaluasi tertentu.

4) . Keputusan pembelian

Tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya. Namun demikian, dua faktor lainnya dapat mempengaruhi maksud membeli itu dengan keputusan

membeli. Faktor tersebut adalah sikap orang lain dan faktor situasional yang tak terduga.

5) Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen juga akan melakukan beberapa kegiatan setelah membeli produk yang akan menarik bagi para pemasar. Tugas pemasar belum selesai setelah produk dibeli oleh konsumen namun akan terus berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli dengan produk akan mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam mengambil keputusan berikutnya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1	Erika Adhey Rahma (2018)	Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bprs Bangun Drajat Warga Yogyakarta	Analisis Regresi Liniear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Sedangkan hasil menunjukkan bahwa pengaruh lokasi dan kualitas layanan pada keputusan menabung nasabah di BPR Syariah Bangun Drajat Warga

2	Asti Dwi Putri (2016)	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bsm Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang	Analisis Regresi Linier Berganda	Yogyakarta tidak signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 0,816 atau 81,6% variabel keputusan menabung busa dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam penelitian yaitu Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama – sama. Sedangkan 18,4% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini merupakan kontribusi dari variabel bebas selain kedua variabel dalam penelitian.
3	Eva Nur Muzaiyah (2018)	Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil dari uji yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, kualitas pelayanan berengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan dalam uji MRA variabel religiusitas berhasil memperkuat variabel promosi terhadap keputusan menabung, variabel religiusitas tidak

4	Putri Andri Yani (2018)	Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung)”	Analisis Regresi Linier Berganda	memoderasi kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung dan variabel religiusitas tidak memoderasi kualitas produk terhadap keputusan menabung Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung (11,837) > ttabel (1,992). Sehingga hipotesis penelitian H0 ditolak dan H1 diterima yaitu ada pengaruh promosi terhadap minat calon nasabah BRI Syariah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung (4,225) > ttabel (1,992). Sehingga hipotesis penelitian H0 ditolak dan H1 diterima yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat calon nasabah BRI Syariah . Secara simultan dan signifikan variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap
---	----------------------------	---	---	--

			keputusan pembelian konsumen dengan nilai f hitung (117,494) $> f_{tabel}$ (3,12). Sehingga hipotesis penelitian H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu ada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat calon nasabah BRI Syariah.	
5	Dwi Purwaningsih (2019)	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan <i>Word Of Mouth</i> (<i>Wom</i>) Terhadap Keputusan Untuk Menabung Di Bumdws (Studi kasus pada BUMDes Bangun Bersama Desa Kepunduhan Kecamatan Kramat Kabupaten Tegal)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil uji diperoleh H_0 ditolak yang berarti bahwa Lokasi, Kualitas Pelayanan dan <i>Word Of Mouth</i> berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di BUMDes. Secara parsial dan simultan aspek Lokasi, Kualitas Pelayanan dan <i>Word Of Mouth</i> merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di BUMDes Bangun Bersama Kepunduhan.

Sumber: Penelitian Terdahulu, 2021

2. 5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan. Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asti Dwi Putri (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada produk tabungan BSM Cabang Simpang Patal Palembang. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Eva Nur Muzaiyanah (2018) dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (studi Kasus di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)” hasil penelitian ini menunjukkan bahawa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erika Dhey Rahma (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung di BPRS Bangun Drajat Wrga Yogyakarta” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Penelitian Lainnya yang dilakukan oleh Asti Dwi Putri (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada produk tabungan BSM Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_2 : Promosi Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

Perkembangan ekonomi masyarakat saat ini semakin maju, yang ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dan dapat dengan mudah membuat masyarakat memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan keinginannya, sehingga perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik serta selalu meningkatkan promosinya sehingga menarik minat nasabah dalam menabung.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eva Nur Muzaiyanah (2018) dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating(studi Kasus di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas Pelayanan dan Promosi Berpengaruh Positif terhadap keputusan nasabah menabung. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Erika Dhey Rahma (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung di BPRS Bangun Drajat Wrga Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃ : Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat pada BMT Bina Umat Mandiri Adiwerna yang beralamat di Jl. Raya Ujungrusi, Kec.Adiwerna, Kab. Tegal, Jawa Tengah.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari 10 Februari sampai dengan 30 Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Sugiyono (2014:13)^[10] yaitu adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa sejarah BMT BUM cabang Adiwerna, visi dan misi serta struktur organisasi BMT BUM cabang Adiwerna.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Sugiyono (2014:13)^[10] yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang di nyatakan dengan bilangan atau bentuk angka. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yaitu nasabah BMT BUM cabang Adiwerna.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer menurut Sugiyono (2014:188)^[10] data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama dan secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban terhadap daftar pertanyaan atau kuesioner yang diajukan kepada nasabah BMT BUM cabang Adiwerna.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2014:402)^[10] data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari studi literatur berupa tulisan laporan, pedoman, peraturan, dan sumber-sumber yang menunjang penelitian ini.

3.5 Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:15)^[10] populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah BMT BUM cabang Adiwerna yang berjumlah 3.500 Nasabah.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014:116)^[10] sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pertimbangan bahwa populasi yang sangat besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dilakukan pengambilan sampel. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin. Untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikansi 0,10).

Rumus Slovin

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi yaitu jumlah nasabah BMT BUM cabang Adiwerna.

e : Tingkat Kesalahan 10%

Penentuan Jumlah Sampel

$$n = \frac{3.500}{1 + 3.500 (0,1)^2} = 97,2 = 97$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 97,2 dan dibulatkan menjadi 97 responden nasabah BMT BUM Cabang Adiwerna.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[10] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2016:137)^[11] wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih dalam. Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2016:291)^[11] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi

kepuustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari buku dan jurnal ilmiah.

4. Teknik Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:199)^[10] kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik yang efisien dalam pengumpulan data jika peneliti tahu pasti dengan variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan oleh responden. Penulis menyebarkan kuesioner dengan penentuan responden berdasarkan teknik sampling jenuh.

Setiap pilihan jawaban responden diberi skor nilai yang disusun berdasarkan tingkat skala *likert*. Skor yang diberikan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| b. Setuju (S) | : 4 |
| c. Kurang Setuju (KS) | : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :

3.7.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2014:61)^[10] variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel

independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2).

3.7.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono Sugiyono (2014:61)^[10] variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Keputusan Nasabah (Y).

3.8 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS (Statistic Program for Social Science) atau program statistika untuk Ilmu-ilmu sosial versi 22. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:206)^[10] Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:267)[10] Uji validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada

objek penelitian. Suatu instrument data dikatakan valid apabila mampu dan dapat mengungkap data atau informasi dari suatu variabel yang diteliti secara tepat dan mampu mengukur apa yang diinginkan atas penelitian tersebut. Menurut sugiyono, instrumen yang dapat mengukur apa yang harus diukur.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:134)^[11] Uji Reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat dapat diandalkan atau dipercaya. Kehandalan dapat berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dan informasi, jawaban atau pertanyaan, jika pengukuran dilakukan pengamatan dilakukan berulang. Apabila suatu alat digunakan berulang dan hasil yang diperoleh relative konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (reliable). Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif dan apabila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik, maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk

menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154)^[12] “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Jika variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji mengalami penurunan.”

Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Untuk mengetahui normal atau tidaknya data penelitian, maka pada penelitian ini menggunakan metode *uji One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika hasil uji Kolmogorov Smirnov lebih besar dari 0,05 atau nilai $z > \text{Sig}=0,05$ maka suatu model regresi dikatakan normal dan berlaku sebaliknya.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103)^[12] Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*.

Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolonieritas, dan jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolonieitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134)^[12] “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat pada plot residual terhadap variabel *dependent* yang distandarisasi. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak

bebas (Y). Untuk melihat hubungan antara variabel digunakan rumus regresi berganda (Sugiyono,2014:275)^[10].

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menabung

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = Koefisien regresi X₂

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Promosi

3.8.6 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara Parsial dengan uji t dan simultan menggunakan uji F.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel terikat Keputusan Menabung terhadap variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Promosi.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

1. H₀ = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menabung.

2. H_a = Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menabung.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara,

- a. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}
- H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ $\alpha = 5\%$
 - H_0 ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya
- H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$
 - H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $< 0,05$

Perhitungan uji t secara manual dapat dilakukan

menggunakan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t = t_{hitung}$

$r =$ koefisien korelasi

$n =$ jumlah responden

b. Uji F (Uji simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel *independent* secara simultan tanda variabel *dependent* di lakukan dengan menggunakan uji F_{tes} yaitu dengan cara membandingkan

antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah:

1. H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Menabung.
2. H_a = Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Menabung.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara, yaitu :

1) Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$
- H_0 ditolak (H_a diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2) Dengan berdasarkan angka probabilitasnya

- H_0 diterima jika angka probabilitasnya $> 0,05$
- H_0 ditolak (H_a diterima) jika probabilitasnya $< 0,05$

3.8.7 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016)^[11] “Koefisien Determinasi = R^2 (Koefisien korelasi pangkat dua) adalah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y.” Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Berdirinya BMT Bina Umat Mandiri (BUM) Tegal

BMT Bina Umat Mandiri adalah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Yang bergerak dalam proses simpanan dan pembiayaan secara Syariah. BMT BUM adalah BMT pertama di kota Tegal yang berdiri tepatnya tanggal 22 September 1997. BMT BUM pendiriannya diprakasai oleh mahasiswa - mahasiswa Tegal yang menuntut ilmu di Institut Teknologi Bandung (IPB). Gagasan pendiriannya diilhami dengan melihat kenyataan bahwa gejala inflasi yang sudah dirasakan oleh masyarakat kecil. keadaan sulit masyarakat pada saat itu membuat para mahasiswa tergugah hatinya untuk membantu mereka mendirikan BMT guna membantu masyarakat kecil terutama dalam permodalan usahanya dan mengenalkan system ekonomi syariah. BMT BUM memiliki 2 fungsi, yaitu sebagai *Baitul Tamwil* yang berorientasi pada bisnis ekonomi syari'ah dan juga sebagai *Baitul Maal* yang mengelola dana zakat, infaq, sedekah serta wakaf (lembaga sosial) untuk pemberdayaan masyarakat.

Seiring berjalannya waktu BMT BUM telah banyak dikenal oleh masyarakat Tegal dan sekitarnya karena telah dapat mengakomodasi semua lapisan masyarakat. Sebagai penyedia jasa pelayanan keuangan,

BMT Bina Umat Mandiri memiliki tagline “Lebih Syariah Lebih Nyaman” selalu mengutamakan pelayanan agar sesuai dengan syariah. BMT BUM yang telah bertumbuh kembang telah memiliki 4 kantor, yaitu 1 kantor Pusat yang terletak di jl. Perintis Kemerdekaan-Kota Tegal dan 3 kantor cabang di jl. Prof Moh Yamin-Slawi, jl. Raya Ujungrusi-Adiwerna, dan Jl. Wahid Hasyim-Ketanggungan Brebes. BMT BUM akan terus mengembangkan usahanya dengan berbagai macam produk simpanan, pembiayaan dan penghimpunan modal seiring bertambahnya kepercayaan masyarakat.

Semakin berkembangnya BMT BUM telah bermitra baik dengan bank-bank syari'ah yang ada di Tegal. Berkat bimbingan dan dukungan yang tak pernah henti dari dinas Koperasi baik Wilayah maupun Daerah, kini BMT BUM telah memiliki mitraUMKM Binaan dalam rangka ovop (One Product One Village) seperti pengrajin batik tegalan dan pengrajin hasil olahan ikan. Bahkan sudah sering dipercaya oleh dinas koperasi untuk membina koperasi lain baik secara langsung maupun ditunjuk untuk mengisi materi dalam acara yang diselenggarakan oleh dinas koperasi. Yang tak kalah penting dan menjadi nilai tambah BMT BUM telah menjadi anggota perhimpunan BMT Jawa Tengah dan Anggota Perhimpunan BMT Indonesia, juga sebagai lembaga pemeriksa Asosiasi BMT Kota Tegal dan menjabat sebagai ketuanya Perhimpunan BMT Se Tegal.

4.2 Hasil Analisis Data

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah pada BMT BUM Cabang Adiwerna sebagai responden. Sebelum uji data dan analisis data dilakukan, perlu disampaikan beberapa informasi yang berkaitan gambaran atau karakteristik responden. Diharapkan dengan adanya gambaran karakteristik responden, maka dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada nasabah sebanyak 98 responden. Jumlah kuesioner yang terkumpul kembali sebanyak 98 eksemplar. Setelah dilakukan verifikasi dari 97 kuesioner yang terkumpul ternyata semua item pertanyaan-pertanyaan diisi dengan lengkap. Dengan demikian kuesioner yang berjumlah 97 eksemplar tersebut seluruhnya dapat diolah.

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan cara merumuskan atau menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai hasil kuesioner yang telah disebar kepada responden BMT BUM Cabang Adiwerna sebanyak 97 responden, antara lain berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Tabel Statistik Deskriptif

		Statistics				
		Jenis_Kelami n	Umur	Pekerjaan	Pendidikan_ Terakhir	Lama_Menab ung
N	Valid	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,74	3,74	2,23	2,79	3,70
Median		2,00	4,00	2,00	3,00	4,00
Mode		2	4	2	3	4
Std. Deviation		,440	,939	,771	,691	1,165
Variance		,193	,881	,594	,478	1,358
Range		1	4	3	3	4
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		2	5	4	4	5
Sum		169	363	216	271	359

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni,2021

Dari output diatas kita dapat melihat tabel statistik, pada kolom pertama memberi kita informasi jumlah sampel yang diolah menggunakan SPSS yaitu sebanyak 97 responden.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	25	26%
2	Perempuan	72	74%
Total		98	100%

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni 2021

Dari output Diatas dapat diketahui Jumlah Laki-laki 25 orang atau presentase 26% dan responden Perempuan sebanyak 72 orang atau

presentase 74%. Jadi total responden sebanyak 98 orang. Berdasarkan karakteristik Jenis Kelamin responden sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	3	3%
20-30 tahun	6	6%
31-40 tahun	22	23%
41-50 tahun	48	49%
>50 tahun	18	19%
Total	97	100%

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni, 2021

Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden yang berumur < 20 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3% , responden 20-30 sebanyak 6 orang dengan presentase 6%, responden umur 31-40 sebanyak 22 orang dengan presentase 23%, responden yang berumur 41-50 sebanyak 48 orang dengan presentase 49%, dan yang terakhir umur >50 tahun sebanyak 18 orang dengan presentase 19% . Jadi total responden sebanyak 97 orang dengan presentase 100%

Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	7	7%
Wiraswasta	74	77%
Pelajar/Mahasiswa	3	3%
Lainnya	13	13%
Total	97	100%

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden sebagian besar pekerjaan nasabah adalah wiraswasta sebanyak 74 orang dengan presentase 77%, Lain-lain 13 orang dengan presentase 13%, PNS 7 orang dengan presentase 7%, dan Pelajar/Mahasiswa 3 orang dengan presentase 3%. Jadi total responden sebanyak 97 dengan presentase 100%

Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	6	6%
SMP	17	18%
SMA/SMK	65	67%
Diploma / Sarjana	9	9%
Total	97	100%

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden yang berpendidikan terakhir SD sebanyak 6 orang dengan presentase 6%, responden dengan pendidikan SMP sebanyak 17 orang dengan presentase 18%, responden dengan pendidikan SMA/SMK sebanyak 65 orang dengan presentase 67%, responden dengan pendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 9 orang dengan presentase 9%.

Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung

Lama Menabung	Jumlah	Persentase (%)
< 3 bulan	5	5%
3-5 bulan	12	12%
6-11 bulan	18	19%
12-24 bulan	34	35%
>24 bulan	28	29%
Total	97	100%

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden yang sudah menabung selama < 3 bulan sebanyak 5 orang dengan presentase 5%, responden yang menabung selama 3-5 bulan 12 orang dengan presentase 12%, responden yang menabung selama 6-11 bulan 18 orang dengan presentase 19%, responden yang sudah menabung selama 12-24 bulan 34 orang dengan presentase 35%, dan responden yang sudah menabung > 24 bulan sebanyak 28 orang dengan presentase 29%.

4.2.2 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tiap indikator pada suatu kuesioner. Berikut hasil uji validitas untuk kualitas pelayanan, promosi dan keputusan menabung

Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Promosi (X2)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Keputusan Menabung (Y)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid

Sumber: Data SPSS yang dilah Juni 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 Menunjukkan bahwa 14 item pertanyaan yang diuji dinyatakan Valid karena semua instrument memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistic cronbach alpha (α) yaitu apabila reliable (layak) jika cronbach alpha $> 0,60$ dan tidak reliabel jika $< 0,60$.

Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,672	0,60	Reliabel
Promosi	0,730	0.60	Reliabel
Keputusan Menabung	0,626	0,60	Reliabel

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil Output SPSS menunjukan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk kualitas pelayanan sebesar 0,672 promosi 0,730 keputusan menabung 0,626, maka dapat disimpulkan bahwa tiap variabel adalah reliabel.

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas Bertujuan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan statistik *One Sampel Kolmogrof -Smirnov* dilakukan dengan melihat nilai sig $>0,05$ data terdistribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98952851
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.049
Test Statistic		.059
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.

Sumber : Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov Test menunjukkan nilai Asym. Sig. (2tailed) sebesar 0,200 > alpha 0,05 yang berarti data terdistribusi normal. Pada pengujian normalitas pada regresi berganda, nilai sig. dari ketiga variabel tersebut dalam bentuk satu nilai.

4.2.4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari variabel pada model refresi sama atau tidak. Uji Heterokedastisitas menggunakan uji statistic *Glejser* dilakukan dengan melihat masing-masing variabel independen memiliki nilai sig. > alpha 0,05 (dengan dependen variabel yang sudah

ditransform) maka model regresi tidak terkena gejala heterokedastisitas varian data homogen.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.617	.502		1.230	.222
	Kualitas_Pelayanan	.031	.030	.119	1.019	.311
	Promosi	-.023	.029	-.092	-.787	.433

a. Dependent Variable: abres

Sumber : Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil analisis uji Glejser menunjukkan nilai sig. variabel kualitas pelayanan sebesar 0,311 dan promosi sebesar 0,433 menunjukkan nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$ yang berarti model regresi tidak terkena gejala heterokedastisitas.

4.2.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui korelasi linier yang mendekati sempurna antar dua atau lebih variabel independen. Uji Multikolinearitas menggunakan uji TOL dan VIF dilakukan dengan melihat nilai tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$ maka tidak terkena gejala Multikolinearitas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000		
	Kualitas_Pelayanan	.387	.051	.522	7.543	.000	.775	1.290
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000	.775	1.290

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Sumber : Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil analisis TOL dan VIF menunjukkan nilai tolerance pada variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi $0,775 \geq 0,10$ dan nilai VIF $1,290 \leq 0,10$ yang berarti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas.

4.2.5 Uji Regresi Linear Berganda

Uji Persamaan regresi digunakan untuk menggambarkan model serta besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pengujian regresi linear berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000
	Kualitas_Pelayanan	.387	.051	.522	7.543	.000
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni 2021

$$Y = 5,389 + 0,387 X_1 + 0,297 X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan Menabung

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Promosi

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstantas sebesar 5.389 yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan promosi sebesar 0 satuan maka keputusan menabung sebesar 5.389.
- b. Variabel independen kualitas pelayanan (X1) dengan nilai 0,387 berpengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menabung (Y). Artinya apabila terjadi peningkatan kualitas pelayanan setiap satu satuan dapat meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,387 satuan.

- c. Variabel independen promosi (X2) dengan nilai 0,297 berpengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan menabung (Y). Artinya apabila terjadi peningkatan promosi setiap satu satuan dapat meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,297 satuan.

4.2.6 Uji Hipotesis

4.2.6.1 Uji Parsial (t)

Pengujian hipotesis pada analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000
	Kualitas_Pelayanan	.387	.051	.522	7.543	.000
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Sumber : Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil output SPSS untuk mengetahui pengaruh secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

Cara mencari t tabel: $df = n - k = 97 - 3 = 94$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Sehingga nilai $df = 95$ dan $\alpha = 0,05$ maka tabel sebesar = 1,985.

Berdasarkan hasil Uji t hitung dan nilai signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan $7,543 > t$ tabel $1,985$ sedangkan melihat nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, jadi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung.
- b) Nilai t hitung pada variabel promosi $6,019 > t$ tabel $1,985$ sedangkan melihat nilai signifikansi promosi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, jadi promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung.

4.2.6.2 Uji Simultan (F)

Pengujian hipotesis pada analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139.670	2	69.835	87.877	.000 ^b
	Residual	74.701	94	.795		
	Total	214.371	96			

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data SPSS yang diolah Juni 2021

Berdasarkan hasil output SPSS untuk mengetahui pengaruh secara simultan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

Cara mencari F tabel $df_1 = k-1 = 3-1=2$

$$Df_2 = n-k = 97-3 = 94$$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Sehingga nilai $df_1=2$, $df_2=94$ dan alpha 0,05 maka F tabel sebesar 3,090.

Berdasarkan hasil uji f dengan dengan melihat F hitung sebesar $87,877 > F$ tabel 3,090 dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan menabung.

4.2.5.3 Koefisien Determinasi (Adj R²)

Pengujian hipotesis pada analisis linear berganda merupakan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependennya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependennya.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.652	.644	.891

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

Sumber : data SPSS yang diolah Juni 2019

Berdasarkan hasil Output data dapat dilihat bahwa Adjusted R Square sebesar 0,644 atau 64,4%, Variabel Keputusan Menabung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan promosi sebesar 64,4% dan sisanya 35,6% dijelaskan oleh variabel lain.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah pada BMT BUM cabang Adiwerna. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung berpengaruh sebesar 0,387 pada tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan H1 diterima, artinya bahwa kualitas berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menabung. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang berupa ruang tunggu yang nyaman, proses transaksi yang cepat dan tepat dengan komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi kepada

nasabah , sehingga nasabah semakin yakin dengan keputusan menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

Kualitas pelayanan yang diterapkan di BMT BUM cabang Adiwerna berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Purwaningsih (2019)^[3] menyatakan bahwa apabila pelayanan yang diberikan berkualitas dan lebih ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan menabung.

4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung

Hipotesis kedua menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna . Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan menabung berpengaruh sebesar 0,297 pada tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjikan H2 diterima, artinya bahwa promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa promosi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menabung. Artinya semakin tinggi promosi yang dilakukan maka keputusan nasabah dalam menabung semakin meningkat . Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Nur Muzaiyanah (2018)^[9] menyatakan bahwa apabila promosi yang dilakukan oleh bank berupa iklan di media cetak, bank juga mengadakan kegiatan” yang berbasis sosial dan selalu

mengadakan pameran-pameran produk sehingga nasabah lebih mengenal dan mendapatkan informasi bank tersebut.

4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F sebesar 87,877 dengan signifikansi pengujian sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima, artinya Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Dengan kualitas pelayanan dan promosi yang baik yang dipercaya masyarakat akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna yang diukur dengan melihat jawaban responden terhadap pertanyaan atas masing-masing variabel dalam kuesioner yang diberikan.

Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,387, nilai t_{hitung} sebesar 7,543 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUM Cabang Adiwerna. Hal tersebut dapat

ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,297, nilai t_{hitung} sebesar 6,019 dengan nilai signifikansi 0,000. Koefisien regresi mempunyai nilai positif, nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan maka semakin meningkat pula keputusan nasabah untuk menabung.

3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT BUMM Cabang Adiwerna. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ($Adj R^2$) sebesar 0,644 atau 64,4%, nilai F_{hitung} sebesar 87,877 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel kualitas pelayanan dan promosi dapat menjelaskan variabel keputusan menabung sebesar 64,4% sedangkan sisanya 35,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada BMT BUM Cabang Adiwerna adalah sebagai berikut:

1. Karyawan BMT BUM Cabang Adiwerna diharapkan lebih tanggap dalam melayani nasabah, untuk itu agar lebih cepat dalam menangani

keluhan-keluhan nasabah, memperbaiki fasilitas ruang tunggu agar lebih luas dan nyaman. sebaiknya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mengingat menurut responden kualitas pelayanan saat ini dinilai dapat mempengaruhi nasabah menabung pada BMT BUM.

2. BMT BUM diharapkan lebih meningkatkan penyebaran promosi yang lebih berkualitas dan menarik serta memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai keuntungan yang didapat menabung pada BMT BUM agar nasabah semakin tertarik menabung di BMT BUM cabang Adiwerna.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, menambahkan jumlah sampel yang diteliti, dan meneliti variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mardani, D. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- [2] Bismihayati. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Desa Gobah Menabung di BMT MARWAH DANAU BINGKUANG.
- [3] Dwi, Purwaningsih. (2019). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Word of mouth communication (WOM) Terhadap Keputusan untuk Menabung di di BUMDES. (*studi kasus pada BUMDES Bangun Bersama Desa Kependudukan Kecamatan Kramat Kabupaten Tegal*).
- [4] Suhartini, E. (2012). *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen*. Makasar: Alaudin Press.
- [5] Putri, A.Y. (2018). Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi pada BRI Syariah kantor cabang Kedaton Bandar Lampung).
- [6] Gunarto , S. (2006). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas nasabah perbankan Surabaya. *Jurnal kerja Vol 10*, hal 51.
- [7] Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Asti Dwi Putri. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan BSM PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang.
- [9] Eva Nur Muzaiyah. (2018). Pengaruh Promosi,Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (studi kasus di bank BRI syariah kantor cabang Semarang).
- [10] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [12] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i

Nasabah BMT BUM cabang Adiwerna

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir Program Diploma III Akuntansi di Politeknik Harapan Bersama Tegal yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada BMT BUM cabang Adiwerna”, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Frisca Fasyah Silvanita

NIM : 18030106

Prodi : DIII Akuntansi

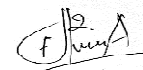
Instansi : Politeknik Harapan Bersama Tegal

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner dari pernyataan-pernyataan yang tertera pada angket penelitian. Semua keterangan dan jawaban yang telah Bapak/Ibu/Saudara(i) bersifat rahasia dan tidak akan diketahui oleh pihak lain kecuali peneliti.

Atas bantuan dan kebijaksanaan yang diberikan Bapak/Ibu/Saudara(i), saya ucapkan terimakasih.

Tegal, Juni 2021

Hormat Saya,



Frisca Fasyah Silvanita

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

I. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Ruang tunggu di BMT BUM Adiwerna nyaman.					
2	BMT BUM Adiwerna selalu memenuhi pelayanan yang telah dijanjikan					
3	Karyawan memproses dengan cepat atas transaksi yang dilakukan nasabah.					
4	Karyawan BMT BUM Adiwerna selalu melayani nasabah dengan sopan dan ramah.					

(Dwi Purwaningsih:2019)^[3]

II. PROMOSI (X2)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik menabung di BMT BUM Adiwerna karena iklan yang dilakukan melalui media cetak.					
2	Saya tertarik menabung di BMT BUM Adiwerna karena adanya kesan baik yang diberikan oleh petugas.					
3	Saya tertarik menabung di BMT BUM Adiwerna karena selalu mengadakan kegiatan-kegiatan yang berbasis social.					
4	Saya tertarik menabung di BMT BUM Adiwerna karena selalu mengadakan pameran-pameran produk.					

(Eva Nur Muzaiyah : 2019)^[9]

III. Keputusan Menabung

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menabung di BMT BUM karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.					
2	Saya mengetahui informasi produk BMT BUM dari keluarga, teman dan tetangga.					
3	Saya menabung karena pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh BMT BUM Adiwerna.					
4	Saya memilih menabung di BMT BUM karena terkenal.					

(Eva Nur Muzaiyah:2019)^[9]

Lampiran 2 Data Deskripsi Responden

Keterangan:

Jenis Kelamin	: 1. Laki-laki	2. Perempuan
Umur	: 1. <20 tahun	3. 31-40 tahun
	2. 20-30 tahun	4. 41-50 tahun
	5. >50 tahun	
Pekerjaan	: 1. PNS	3. Pelajar/Mahasiswa
	2. Wiraswasta	4. Lainnya
Pendidikan Terakhir	: 1. SD	3. SMA/SMK
	2. SMP	4. Diploma/Sarjana
Lama Menabung	: 1. < 3 bulan	3. 6-11 bulan
	2. 3-5 bulan	4. 12-24 bulan
	5. >24 bulan	

Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Lama Menabung
1	2	5	2	1	5
2	2	1	3	3	2
3	2	1	3	3	2
4	2	4	2	3	4
5	2	5	2	2	4
6	2	5	2	1	4
7	2	5	2	2	5
8	2	5	2	3	5
9	2	5	2	2	1
10	2	5	2	2	3
11	1	5	2	3	5
12	1	4	2	3	5
13	1	5	2	3	4
14	2	5	2	3	4
15	1	5	2	2	4
16	1	4	1	4	3
17	2	5	2	2	5

18	2	5	2	2	5
19	1	4	1	4	4
20	1	4	2	3	2
21	1	5	2	1	3
22	2	4	2	3	2
23	2	1	3	3	2
24	2	3	2	3	4
25	2	4	2	3	4
26	2	2	4	4	3
27	2	3	2	3	5
28	2	4	2	2	5
29	2	4	2	3	5
30	1	4	2	2	4
31	2	4	2	3	4
32	1	5	2	1	5
33	2	4	2	3	3
34	2	4	2	3	1
35	2	4	2	2	4
36	2	4	2	3	5
37	2	4	2	3	5
38	2	4	2	2	5
39	2	4	2	3	5
40	2	3	2	3	4
41	2	2	4	3	3
42	2	4	2	3	3
43	2	4	2	2	4
44	1	4	2	3	4
45	1	4	2	2	4
46	2	3	2	3	5
47	2	4	2	3	1
48	2	4	2	3	5
49	2	4	2	3	4
50	2	3	2	3	2
51	2	3	2	3	5
52	1	4	2	3	3
53	1	2	4	4	4
54	1	3	2	3	2
55	2	3	2	3	1
56	1	3	2	3	4
57	2	4	2	3	5
58	2	4	2	2	5

59	2	3	2	3	5
60	2	3	2	3	5
61	2	4	2	3	3
62	2	4	2	3	2
63	2	3	2	3	3
64	2	3	2	3	3
65	2	2	4	3	5
66	1	3	2	3	4
67	2	4	2	2	4
68	2	4	2	3	4
69	2	4	2	3	3
70	1	4	2	3	4
71	2	4	4	3	2
72	2	4	2	1	4
73	2	4	2	3	4
74	2	3	4	3	3
75	2	4	2	3	4
76	2	5	2	1	3
77	2	4	4	3	1
78	2	4	2	3	2
79	2	4	2	3	4
80	2	2	4	3	4
81	2	2	4	3	3
82	1	3	1	4	4
83	1	3	4	3	3
84	2	4	1	4	4
85	1	5	2	2	5
86	1	4	2	3	2
87	2	4	1	4	3
88	2	5	2	3	5
89	2	4	2	3	4
90	1	4	1	4	4
91	2	3	4	3	3
92	1	3	1	4	4
93	2	3	4	3	4
94	2	3	2	3	5
95	1	4	4	3	2
96	2	4	2	3	5
97	2	3	2	2	5

Lampiran 3 Tabulasi Data

1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pelayanan1	Pelayanan2	Pelayanan3	Pelayanan4	Total
1	4	4	4	5	17
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	4	19
4	4	4	4	3	15
5	5	4	4	4	17
6	4	4	4	3	15
7	5	5	5	5	20
8	3	4	4	4	15
9	4	5	5	5	19
10	4	4	5	3	16
11	4	4	4	3	15
12	3	3	4	5	15
13	4	3	3	4	14
14	3	4	4	3	14
15	4	4	5	4	17
16	4	4	4	5	17
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	3	15
19	5	3	5	5	18
20	4	5	3	4	16
21	3	3	3	4	13
22	5	5	4	5	19
23	4	3	3	3	13
24	4	5	5	5	19
25	4	4	3	4	15
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	4	18
28	5	4	4	4	17
29	4	4	3	4	15
30	3	2	4	3	12
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	3	3	14
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20

36	4	4	4	3	15
37	2	4	4	5	15
38	4	3	4	4	15
39	4	4	4	5	17
40	2	2	4	4	12
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	3	4	4	4	15
45	4	4	4	3	15
46	3	3	4	5	15
47	2	2	4	4	12
48	3	4	3	5	15
49	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16
51	5	5	5	5	20
52	3	2	3	4	12
53	3	5	5	5	18
54	4	4	4	4	16
55	3	4	4	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	5	4	5	18
58	4	4	4	5	17
59	3	3	3	4	13
60	5	4	4	4	17
61	5	5	4	5	19
62	3	4	4	4	15
63	4	4	4	4	16
64	4	3	3	5	15
65	3	3	4	4	14
66	4	3	4	3	14
67	4	3	5	4	16
68	3	5	5	4	17
69	4	5	5	4	18
70	5	5	4	4	18
71	5	4	5	5	19
72	4	3	4	4	15
73	4	4	4	4	16
74	4	3	4	4	15

75	5	5	5	5	20
76	4	3	4	4	15
77	3	5	5	3	16
78	3	4	5	4	16
79	4	4	4	3	15
80	4	4	5	5	18
81	3	3	3	3	12
82	3	3	4	4	14
83	4	4	5	4	17
84	5	4	4	4	17
85	3	3	3	3	12
86	4	3	4	3	14
87	3	3	4	5	15
88	3	4	4	3	14
89	4	4	4	4	16
90	4	4	5	4	17
91	3	3	3	3	12
92	3	3	4	4	14
93	3	4	5	4	16
94	4	3	4	4	15
95	3	5	4	4	16
96	4	5	4	4	17
97	3	4	3	3	13

2. Promosi (X2)

No	Promosi1	Promosi2	Promosi3	Promosi4	Total
1	4	5	5	4	18
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	5	17
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	3	15
6	4	5	5	5	19
7	4	5	4	4	17
8	4	4	4	4	16
9	4	4	5	5	18
10	5	4	3	4	16
11	5	4	5	4	18
12	5	4	4	4	17
13	4	4	3	3	14
14	4	4	4	3	15
15	5	4	4	4	17
16	5	3	4	4	16
17	5	4	4	4	17
18	4	5	4	5	18
19	3	5	5	5	18
20	3	3	4	3	13
21	4	5	5	2	16
22	5	5	5	5	20
23	4	4	4	3	15
24	4	5	5	5	19
25	5	5	4	4	18
26	4	5	5	4	18
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	5	20
29	5	5	4	4	18
30	4	4	4	3	15
31	5	3	5	4	17
32	4	5	5	5	19
33	3	4	4	4	15
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	4	5	5	5	19

37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	4	19
39	4	4	3	3	14
40	4	4	4	3	15
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	4	4	4	5	17
45	5	5	5	5	20
46	4	4	3	4	15
47	5	5	4	4	18
48	4	4	4	5	17
49	5	5	5	5	20
50	4	5	5	5	19
51	5	5	5	4	19
52	3	3	3	4	13
53	4	4	3	3	14
54	4	4	4	5	17
55	5	5	4	4	18
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	5	5	4	5	19
59	4	4	4	3	15
60	4	4	4	5	17
61	5	4	5	4	18
62	4	4	5	5	18
63	5	4	4	5	18
64	4	4	3	2	13
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	5	17
67	4	5	5	5	19
68	4	5	4	4	17
69	5	4	5	5	19
70	4	4	4	4	16
71	5	5	4	4	18
72	4	4	3	3	14
73	5	5	5	5	20
74	4	4	5	5	18
75	5	5	5	5	20

76	4	4	4	4	16
77	4	5	4	5	18
78	4	4	5	5	18
79	4	4	5	4	17
80	4	5	4	5	18
81	5	3	2	3	13
82	3	3	5	5	16
83	5	5	4	4	18
84	4	5	5	5	19
85	4	5	4	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	4	3	4	15
89	5	5	4	5	19
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	3	15
92	5	4	5	5	19
93	4	2	5	4	15
94	4	4	4	5	17
95	4	4	4	4	16
96	3	4	4	4	15
97	2	3	2	3	10

3. Keputusan Menabung (Y)

No	Menabung1	Menabung2	Menabung3	Menabung4	Total
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	4	19
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	5	17
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	4	16
9	5	5	5	4	19
10	4	4	4	5	17
11	4	4	4	4	16
12	5	4	4	5	18
13	4	4	3	4	15
14	4	4	3	3	14
15	5	5	4	4	18
16	5	4	4	4	17
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	17
19	5	5	4	4	18
20	4	4	4	4	16
21	4	4	3	4	15
22	5	5	4	5	19
23	3	4	3	4	14
24	5	5	4	5	19
25	5	5	4	4	18
26	5	4	4	4	17
27	4	4	4	5	17
28	4	5	4	4	17
29	4	4	4	4	16
30	4	3	4	4	15
31	5	4	3	4	16
32	4	4	4	5	17
33	4	4	3	4	15
34	5	5	4	5	19
35	5	5	4	5	19

36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	5	17
38	5	4	4	4	17
39	4	4	3	4	15
40	4	3	3	4	14
41	4	4	4	5	17
42	5	5	4	4	18
43	5	5	4	5	19
44	4	4	4	5	17
45	4	5	4	5	18
46	5	4	4	4	17
47	4	4	4	4	16
48	5	3	3	5	16
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	5	17
51	5	5	5	5	20
52	4	4	3	4	15
53	4	5	4	4	17
54	4	4	3	3	14
55	4	5	4	4	17
56	4	5	4	5	18
57	5	5	4	4	18
58	5	5	4	4	18
59	4	3	3	4	14
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	5	19
62	5	5	4	4	18
63	4	4	4	4	16
64	4	4	3	4	15
65	4	4	4	4	16
66	5	4	4	4	17
67	4	4	4	5	17
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	5	17
70	4	4	4	4	16
71	5	5	3	5	18
72	5	4	3	3	15
73	5	4	4	4	17
74	5	4	4	4	17

75	5	5	4	5	19
76	4	4	3	4	15
77	5	5	4	4	18
78	4	4	4	4	16
79	4	3	3	5	15
80	4	4	4	5	17
81	4	4	3	3	14
82	4	4	3	4	15
83	5	5	4	4	18
84	5	4	4	4	17
85	4	4	4	4	16
86	4	4	3	4	15
87	5	3	2	5	15
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	5	5	4	4	18
91	4	4	3	3	14
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	5	4	4	4	17
95	5	4	3	4	16
96	5	3	3	5	16
97	4	4	3	3	14

Lampiran 4 Deskriptif Statistik Seluruh Responden

		Statistics				
		Jenis_Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendidikan_Terakhir	Lama_Menabung
N	Valid	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,74	3,74	2,23	2,79	3,70
Median		2,00	4,00	2,00	3,00	4,00
Mode		2	4	2	3	4
Std. Deviation		,440	,939	,771	,691	1,165
Variance		,193	,881	,594	,478	1,358
Range		1	4	3	3	4
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		2	5	4	4	5
Sum		169	363	216	271	359

Lampiran 5 Deskriptif Statistik Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	25	25,8	25,8	25,8
	Perempuan	72	74,2	74,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Lampiran 6 Deskriptif Umur Responden

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	3	3,1	3,1	3,1
	20-30 tahun	6	6,2	6,2	9,3
	31-40 tahun	22	22,7	22,7	32,0
	41-50 tahun	48	49,5	49,5	81,4
	> 50 tahun	18	18,6	18,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Lampiran 7 Deskriptif Statistik Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	7	7,2	7,2	7,2
	Wiraswasta	74	76,3	76,3	83,5
	Pelajar/Mahasiswa	3	3,1	3,1	86,6
	Lainnya	13	13,4	13,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Lampiran 8 Deskriptif Statistik Pendidikan Terakhir

		Pendidikan_Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	6	6,2	6,2	6,2
	SMP	17	17,5	17,5	23,7
	SMA/SMK	65	67,0	67,0	90,7
	Diploma/Sarjana	9	9,3	9,3	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Lampiran 9 Deskriptif Statistik Lama Menabung

		Lama_Menabung			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 3 bulan	5	5,2	5,2	5,2
	3-5 bulan	12	12,4	12,4	17,5
	6-11 bulan	18	18,6	18,6	36,1
	12-24 bulan	34	35,1	35,1	71,1
	> 24 bulan	28	28,9	28,9	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Lampiran 10 Hasil Uji Validitas

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations				
		Pelayanan 1	Pelayanan 2	Pelayanan 3	Pelayanan 4	Kualitas_Pel ayanan
Pelayanan1	Pearson Correlation	1	.488**	.298**	.220*	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.030	.000
	N	97	97	97	97	97
Pelayanan2	Pearson Correlation	.488**	1	.444**	.264**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.009	.000
	N	97	97	97	97	97
Pelayanan3	Pearson Correlation	.298**	.444**	1	.313**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.002	.000
	N	97	97	97	97	97
Pelayanan4	Pearson Correlation	.220*	.264**	.313**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.030	.009	.002		.000
	N	97	97	97	97	97
Kualitas_Pelayana n	Pearson Correlation	.726**	.795**	.697**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

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

2. Promosi (X2)

		Correlations				
		Promosi1	Promosi2	Promosi3	Promosi4	Promosi
Promosi1	Pearson Correlation	1	.413**	.332**	.264**	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.009	.000
	N	97	97	97	97	97
Promosi2	Pearson Correlation	.413**	1	.445**	.392**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Promosi3	Pearson Correlation	.332**	.445**	1	.573**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Promosi4	Pearson Correlation	.264**	.392**	.573**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
Promosi	Pearson Correlation	.649**	.743**	.802**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

3. Keputusan Menabung(Y)

		Correlations				
		Menabung 1	Menabung 2	Menabung 3	Menabung 4	Keputusan_ Menabung
Menabung1	Pearson Correlation	1	.416**	.240*	.174	.653**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.089	.000
	N	97	97	97	97	97
Menabung2	Pearson Correlation	.416**	1	.528**	.134	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.191	.000
	N	97	97	97	97	97
Menabung3	Pearson Correlation	.240*	.528**	1	.275**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.006	.000
	N	97	97	97	97	97
Menabung4	Pearson Correlation	.174	.134	.275**	1	.582**

	Sig. (2-tailed)	.089	.191	.006		.000
	N	97	97	97	97	97
Keputusan_Menabung	Pearson	.653**	.762**	.748**	.582**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.672	.671	4

2. Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.730	.730	4

3. Keputusan Menabung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.626	.626	4

Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98952851
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.049
Test Statistic		.059
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.

Lampiran 13 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.617	.502		1.230	.222
	Kualitas_Pelayanan	.031	.030	.119	1.019	.311
	Promosi	-.023	.029	-.092	-.787	.433

b. Dependent Variable: abres

Lampiran 14 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000		
	Kualitas_Pelayana n	.387	.051	.522	7.543	.000	.775	1.290
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000	.775	1.290

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000
	Kualitas_Pelayanan	.387	.051	.522	7.543	.000
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Lampiran 16 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.389	.858		6.281	.000
	Kualitas_Pelayanan	.387	.051	.522	7.543	.000
	Promosi	.297	.049	.416	6.019	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

Lampiran 17 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139.670	2	69.835	87.877	.000 ^b
	Residual	74.701	94	.795		
	Total	214.371	96			

a. Dependent Variable: Keputusan_Menabung

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.652	.644	.891

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

Lampiran 19 Tabel t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013

Lampiran 20 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05										
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92

Lampiran 21 Surat Kesiediaan Pembimbing

IK	P2M	PHB	07.d.4.1
----	-----	-----	----------

SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BAHRI KAMAL SE,MM
NIPY : 05.015.218
Jabatan : Dosen Pembimbing 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

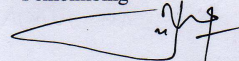
Nama : FRISCA FASYAH SILVANITA
NIM : 18030106
Kelas : 6D
Judul TA : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA

Kesediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : SENIN – JUM'AT
Waktu : 08.00 - 16.00 WIB
Tempat : DI KAMPUS
2. Hari : SABTU - MINGGU
Waktu : 08.00 - 11.00 WIB
Tempat : DI RUMAH (DARING)

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 20 Maret 2021
Pembimbing



(BAHRI KAMAL SE,MM)
NIPY. 05.015. 218

CATATAN :

1. Diisi dengan menggunakan ketikan komputer dan menggunakan huruf kapital.
2. *) : Pilih salah satu

IK | P2M | PHB | 07.d.4.1

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DEWI SULISTYOWATI, SE, CAAT
NIPY : 12.013.162
Jabatan : PEMBIMBING 2

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

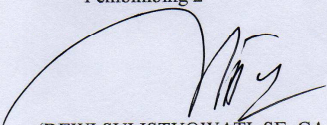
Nama : FRISCA FASYAH SILVANITA
NIM : 18030106
Kelas : 6D
Judul TA : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG
PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA.

Kesediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : SENIN
Waktu : 09.00-12.00
Tempat : KAMPUS
2. Hari : JUMAT
Waktu : 09.00-15.00
Tempat : KAMPUS

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, *24 Maret* 2021
Pembimbing 2

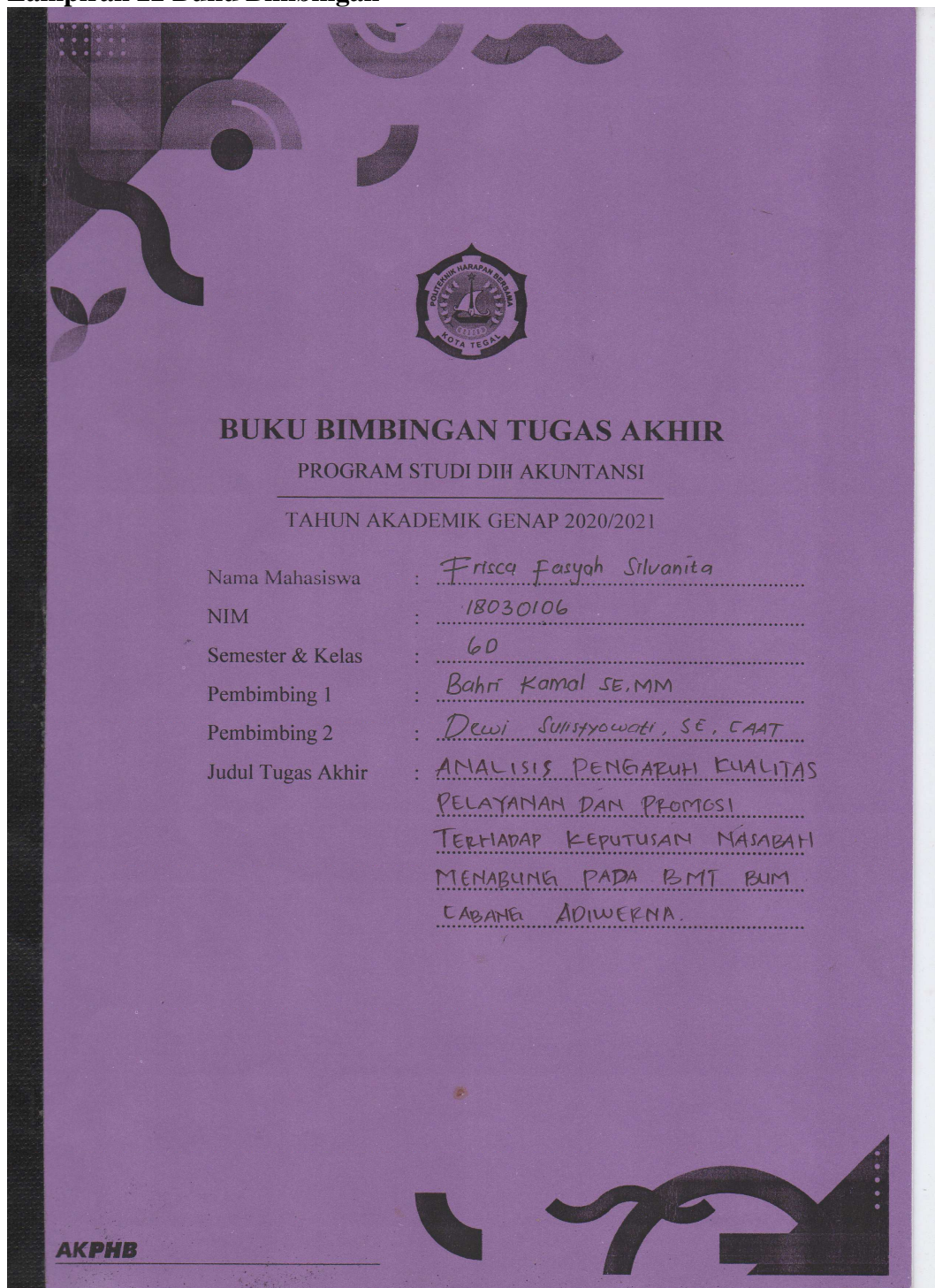



(DEWI SULISTYOWATI, SE, CAAT)
NIPY. 12.013.162

CATATAN :

1. Diisi dengan menggunakan ketikan komputer dan menggunakan huruf kapital.
2. *) : Pilih salah satu

Lampiran 22 Buku Bimbingan





BUKU BIMBINGAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIH AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK GENAP 2020/2021

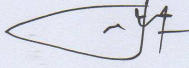
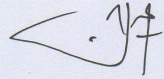

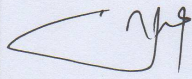
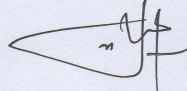
Nama Mahasiswa : *Frisca fasyah Silvanita*
NIM : *18030106*
Semester & Kelas : *60*
Pembimbing 1 : *Bahri kamal SE,MM*
Pembimbing 2 : *Dewi Sunsyowati, SE, CAAT*
Judul Tugas Akhir : *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA BMT BUM CABANG ADIWERNA.*

AKPHB



PEMBIMBING 1

- 1. Dosen Selain Instruktur dan Pembimbing dengan Dosen Pembimbing
- 2. Sumbangan minimal 12 kali dengan Omongin Lurah, Tegal Akhik (TA)
- 3. Disampaikan Pada Saat Penulisan Tesis Akhik (TA)

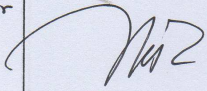
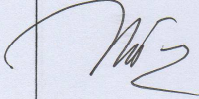
No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1	13 Maret	pengajuan judul	
2	16 Maret	judul ACC	
3	21 April	pengajuan proposal	
4	19 Mei	revisi pd kerangka berpikir dan menulis	
5	27 Mei	proposal ACC lajit TA	
6	2 Juli 2021	Pengajuan TA Bab 1-3 Revisi RI Sampel	
7	5 Juli 2021	Revisi Uji Deskriptif, Kesimpulan	
8	11 Juli 2021	ACC TA	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)



PEMBIMBING 2

Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal
Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal
Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
1	24-5-2021	Revisi spasi, kerangka berpikir Salah nama	
2	27/5-2021	Acc proposal	
3	5/7-2021	Pengajuan TA	
4	7/7-2021	ACC TA	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)