

**PENGARUH PROMOSI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG  
MASYARAKAT DI BANK BCA SYARIAH KCP KEPANJEN KABUPATEN**

**MALANG**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



**UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT**

Disusun Oleh :  
LINGGA ADI LIYA  
(2018612060005)

**UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

**MALANG**

**2022**

**PENGARUH PROMOSI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG  
MASYARAKAT DI BANK BCA SYARIAH KCP KEPANJEN  
KABUPATEN MALANG**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



**UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT**

Disusun Oleh :  
LINGGA ADI LIYA  
(2018612060005)

**UNIVERSITAS ISLAM**

**RADEN RAHMAT**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

**MALANG**

**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : "Pengaruh Promosi Produk Terhadap Minat Menabung  
Masyarakat Di BCA Syariah KCP Kepanjen Kabupaten Malang"

Disusun Oleh : Lingga Adi Liya

NIM : 2018612060005

Prodi : Perbankan Syariah

Konsentrasi :

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertankan  
didepan tim penguji  
Malang, 07 juni 2022

Mengetahui & Menyetujui

Kaprodi, Perbankan Syariah

Pembimbing



(Prayogi Restia Saputra, S.IP., M.M.)  
NIDN.0711048003

(Hilda Sanjayawati, S.AB., M.AB.)  
NIDN.0722058806

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

**TANDA PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG, PADA:

HARI : JUMAT  
TANGGAL : 26 AGUSTUS 2022  
JUDUL : PENGARUH PROMOSI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK BCA SYARIAH KCP KEPANJEN KABUPATEN MALANG  
NAMA : LINGGA ADI LIYA  
NIM : 2018612060005

DINYATAKAN LULUS  
MAJELIS PENGUJI  
PENGUJI UTAMA



MUHAMMAD ROMLI MUAR, S.Ag.M.HI  
NIDN.0706076704

ANGGOTA

ANGGOTA



PRAYOGI RESTIA SAPUTRA, S.IP.,M.M.  
NIDN.0711048003



HILDA SANJAYAWATI, S.AB., M.AB.  
NIDN.0722058806

MENGESAHKAN,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang



M. Yusuf Azwa Anas, S.E.M.M.  
NIDN.0707048405

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya dan pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)).

Malang,  
Yang menyatakan,



Lingga Adi Liya

**ABSTRAK**

**Adi Liya Lingga. 2022. Pengaruh Pengaruh Promosi Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BCA Syariah KCP Kepanjen Kabupaten Malang. (Pembimbing:Hilda Sanjayawati, M.AB.,)**

---

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk mengkonsumsikan, memberi pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk agar ia mengetahui dan mengikuti kelebihan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Dengan adanya promosi ini, bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan jumlah 97 responden. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan observasi serta menggunakan analisis data regresi linier sederhana hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel Promosi Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat menabung di BCA Syariah KCP Kepanjen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan bahwa promosi produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi adanya minat menabung di BCA Syariah KCP Kepanjen yang dapat dibuktikan dari hasil uji korelasi di penelitian ini.

**Kata Kunci : *Promosi Produk, Minat Menabung***



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

**ABSTRAK**

**Adi Liya Lingga. 2022. The effect of Product Promotion on People's interest in Saving at BCA Syariah KCP Kepanjen Kabupaten Malang. (Pembimbing:Hilda Sanjayawati, M.AB.,)**

---

Promotion is an activity to consume, give people knowledge and beliefs about a product so that they know and follow the greatness of the product, buy and use the product, also bind their thoughts and feelings in a form of loyalty to the product. With this promotion, it is intended that the public can understand well the products and services offered by the company so that the community can make decisions to save in Islamic banks.

The research used in this study is a quantitative approach. With a total of 97 respondents. Collecting data by distributing questionnaires and observations and using simple linear regression data analysis. The results of data analysis research that has been done that the Product Promotion variable has a positive and significant influence on the variable Interest in saving at BCA Syariah KCP Kepanjen. This can be proven by the results of partial testing and simultaneous testing that product promotion is one of the factors that influence the interest in saving at BCA Syariah KCP Kepanjen which can be proven from the results of the correlation test in this study.

**Keywords : *Product Promotion, Saving Interest***



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik serta hidayahnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BCA Syariah KCP Kepanjen Kabupaten Malang”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jaman kegelapan kepada jaman terang benderang yaitu jaman

Namun penyelesaian penulisan laporan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak walaupun banyak sekali hambatan dan kesulitan dalam prosesnya. Sehubungan dengan itu, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H.Imron Rosyadi Hamid, S.E., M.M Rektorat Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang telah memberikan dukungan penuh dan motivasi kepada seluruh mahasiswa, khususnya penulis sehingga bisa termotivasi untuk menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa.
2. Bapak Yusuf Azwar Anas, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan penuh atas adanya program penulisan skripsi ini.
3. Bapak Prayogi Restia Saputra, S.IP., M.M, selaku Kaprodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kontribusi berupa motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini



4. Ibu Hilda Sanjayawati, M.AB., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dari awal penulisan skripsi sampai diujikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai harapan.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang memberikan serta menyalurkan ilmunya lewat bangku perkuliahan dengan sangat baik dan profesional sehingga dapat menjadi bekal bagi penulis.
6. Syukur dan terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada kedua orang tua dan segenap keluarga, atas dorongan kuat, kebijaksanaan, dan do'a yang telah dihaturkan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Pimpinan BCA Syariah KCP Kepanjen Kabupaten Malang atas kesempatan serta ijin yang telah diberikan untuk penelitian ini.
8. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berfikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
9. Teman-teman Perbankan angkatan 2018 yang telah mendukung dan memberikan semangat walaupun sama-sama sedang berjuang, semoga keberkahan dan rahmat Allah selalu terlimpahkan.
10. Sahabat di perkuliahan yaitu Daan Carita dan Maya Nofita yang selalu mengingatkan kepada sang pencipta untuk selalu bersyukur, dan selalu menyemangati dan menjadi inspirasi saya untuk mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Tak lupa teman satu bimbingan saya yaitu Bella Ria Anggara yang selalu siyap membantu disaat saya sedang merasa kesulitan dan tidak mengerti.

12. Serta kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penulisan laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatukan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu saran dan kritik yang relevan diharapkan demi kesempurnaan penulisan dimasa mendatang. Demikian kata pengantar yang disampaikan penulis, semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua orang. Semoga Allah SWT senantiasa menunjukkan ke jalan yang lurus dan melimpahkan berkah serta Ridho-Nya. Aamiin.

Malang, 11 Juni 2022

**Penulis**



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Kajian Empiris .....	8
2.2 Kajian Teoristis.....	10
2.2.1 Bank Syariah .....	10
2.2.1.1 Pengertian Bank Syariah .....	10
2.2.1.2 Ciri-Ciri Bank Syariah.....	12
2.2.1.3 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional.....	13
2.2.2 Produk.....	14
2.2.2.1 Pengertian Produk .....	14
2.2.2.2 Produk Bank Syariah .....	14
2.2.3 Promosi.....	17
2.2.3.1 Pengertian Promosi .....	17
2.2.3.2 Pengertian Promosi Dalam Islam .....	18
2.2.3.3 Fungsi dan Tujuan Promosi.....	20
2.2.3.4 Bauran Promosi .....	23
2.2.3.5 Proses Perencanaan Promosi.....	26
2.2.3.6 Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Promosi .....	29
2.2.4 Minat Nasabah .....	30
2.2.4.1 Pengertian Minat Nasabah .....	30
2.2.4.2 Jenis-Jenis Minat .....	33
2.2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	34
2.2.4.4 Sifat-Sifat Nasabah .....	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>38</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	38
3.2 Lokasi Penelitian.....	38
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya .....	38
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.7 Pengumpulan Data .....	42

3.8 Analisis Data .....	43
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian .....	43
3.8.1.1 Uji Validitas .....	43
3.8.1.2 Uji Realibilitas .....	44
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.8.2.1 Uji Normatif .....	44
3.8.2.2 Uji Linearitas .....	44
3.8.2.3 Uji Heteroskedasitas .....	45
3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	45
3.8.4 Uji Hipotesis .....	46
3.8.4.1 Uji t .....	46
3.8.4.2 Uji f .....	46
3.8.4.3 Uji Koefisien Korelasi .....	46
3.8.4.4 Uji Koefisien Diterminasi R <i>Square</i> .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.2 Gambaran Umum Responden .....	53
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	56
4.4 Analisis Data .....	64
4.5 Pembahasan .....	71
<b>Bab V PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
Gambar 1	Kerangka Pikir .....	37
Gambar 2	Struktur Organisasi BCA Syariah .....	50



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Hal</b>
Tabel 1	Perbandingan Penelitian .....	8
Tabel 2	Perbedaan Bank syariah dan Bank Konvensional .....	13
Tabel 3	Devinisi Operasional Variabel .....	40
Tabel 4	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	53
Tabel 5	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 6	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 7	Distribusi Respoden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	56
Tabel 8	Deskripsi jawaban Responden X .....	57
Tabel 9	Deskripsi jawaban Responden Y .....	62
Tabel 10	Hasil Uji Validitas .....	65
Tabel 11	Hasil Uji Realibilitas .....	66
Tabel 12	Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 13	Hasil Uji Linearitas .....	67
Tabel 14	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	68
Tabel 15	Hasil Regresi Linier Sederhana .....	68
Tabel 16	Hasil Uji T .....	69
Tabel 17	Hasil Uji f .....	70
Tabel 18	Hasil Uji Koevesien Korelasi .....	70
Tabel 19	Hasil Uji R-Square .....	71



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Hal
Lampiran 1	Curruculum Vitae.....	80
Lampiran 2	Lembar Identitas Responden.....	81
Lampiran 3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Lampiran 4	Responden Berdasarkan Usia.....	84
Lampiran 5	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Lampiran 6	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	85
Lampiran 7	Hasil Jawaban Responden.....	85
Lampiran 8	Uji Instrumen Penelitian.....	90
Lampiran 9	Uji asumsi Klasik.....	92
Lampiran 10	Analisis Regresi sederhana.....	93
Lampiran 11	Uji Hipotesis.....	93
Lampiran 12	Koevesien Korelasi.....	94
Lampiran 13	Uji R Square.....	94
Lampiran 14	Surat aketerangan Plagiasi.....	95
Lampiran 15	Kartu Bimbingan.....	96



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat (Triandaru dan Budisantoso, 2009)

Menurut Sultan Remy Sjahdeini (2015) Pertumbuhan dunia perbankan saat ini sangat pesat. Bank-bank baru banyak bermunculan. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut mengakibatkan persaingan antara bank menjadi sangat ketat. Persaingan sangat ketat ini menuntut bank untuk mempertahankan atau menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk nasabah baik melalui peningkatan sarana dan prasarana, produk maupun pelayanan nasabah. Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang diberikan bank, nasabah sebagai pengambil keputusan mempunyai banyak pilihan sesuai kebutuhan. Menurut undang-undang Nomor 10 tahun 1998 berdasarkan prinsip operasionalnya bank dibedakan menjadi dua, yakni bank konvensional yang berdasarkan pada prinsip bunga dan bank berdasarkan prinsip syariah atau kemudian yang dikenal dengan bank syariah. Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang kegiatannya berdasarkan dengan syariat-syariat islam, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi umat dengan jalan mengembangkan. Kemandirian umat melalui kegiatan



penghimpunan dengan penyaluran dana. Fakta yang terjadi masih ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui secara jelas produk-produk bank syariah, sehingga masih timbul keraguan mengenai prinsip-prinsip syariah. Karakteristik sistem perbankan syariah ini berbeda dengan sistem perbankan konvensional. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga terlihat dengan adanya "*Dual Banking System*", yang dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah.

Meskipun kependudukan Indonesia yang mayoritas adalah kaum muslim, tetapi kenyataan dalam pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya perbankan konvensional. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga perbankan. Umat muslim di Indonesia sebagian besar tidak menabung dan kredit atau transaksi pembiayaan dan lain sebagainya itu bukan di bank syariah, melainkan banyak umat muslim yang sebagian besar menabung atau kegiatan perbankan lainnya itu di bank konvensional. Padahal ini adalah peluang pasar yang sangat besar bagi perkembangan bank syariah, karena umat muslim Indonesia adalah konsumen utama bagi bank syariah atau merupakan pangsa pasarnya bank syariah.

Setiap perusahaan tentunya memiliki amanah yang harus di sampaikan kepada orang yang berhak menerimanya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS An-Nisa (4:58) :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا



Artinya:

*“sesungguhnya, Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sesungguhnya, Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha pendengar lagi Maha melihat”*

Ayat diatas mengandung makna bahwa amanah itu hendaknya disampaikan kepada orang yang berhak menerimanya yaitu orang-orang yang memenuhi kriteria dan karakteristik pekerjaan dan tugas yang akan dikerjakannya. Selanjutnya orang-orang yang diberi amanah bertanggung jawab dan tidak melakukan penyelewangan atau penyalahgunaan. Dalam hal ini terdapat banyak aspek yang harus diperhatikan, salah satunya dengan adanya promosi, dalam dunia usaha, kegiatan promosi dilakukan sebagai penunjang kegiatan penjualan maupun pemasaran. Promosi merupakan aktivitas yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen supaya mereka bisa menjadi kenal akan produk yang ditawarkan serta menjadi suka kemudian membeli produk tersebut. Promosi merupakan sebuah upaya untuk memperlihatkan atau memberitahukan produk juga jasa yang bertujuan buat menarik konsumen baik membeli atau mengkonsumsinya (Indriyo, 2000:237).

Menurut Didih Suryadi (2001) Promosi juga merupakan suatu kegiatan untuk mengkonsumsikan, memberi pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk agar ia mengetahui dan mengikuti kehebatan produk

tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Dengan adanya promosi ini, bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.

Menurut M Nurianto Al Arif (2010) Beberapa elemen utama yang merupakan pendukung dari promosi, yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*). Keempat elemen tersebut akan menjadi penentu utama efektifitas kegiatan promosi perusahaan. Bank adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan, harus memenangkan persaingan yang semakin kompetitif. Perjuangan untuk menambah nasabah harus terus diupayakan berulang, dan bila hal ini dapat dilakukan dan terus bertahan maka bank tersebut berkembang secara dinamis. Oleh karena itu maka bank harus memahami benar siapa pasar sasaranannya sehingga dapat dibuat promosi yang tepat.

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai rasa senang (Saleh & Wahab, 2004:263). Minat nasabah adalah keinginan dan motivasi yang mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka inginkan, hal tersebut dapat memberikan perhatian lebih kepada nasabah yang ingin menabung sehingga hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan tersendiri bagi para nasabah. Di dalam minat terkandung unsur motif atau dorongan dari dalam diri nasabah yang merupakan daya tarik untuk melakukan aktivitas atau kegiatan sesuai dengan tujuannya. Timbulnya minat nasabah terhadap bank syariah juga dipengaruhi

oleh adanya keinginan atau kebutuhan. Menabung merupakan salah satu bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan tiba sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu dengan menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Menabung artinya aktivitas yang sangat positif, dengan menabung kita mampu menjadi pribadi yang lebih ekonomis dan tentu juga mempermudah kita untuk mengatur keuangan.

BCA Syariah cabang kepanjen adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang berprinsip syariah. Dengan persaingan yang kompetitif, dan untuk mendapatkan nasabah yang banyak dan sesuai dengan target atau tujuan dari bank itu sendiri maka diperlukannya sistem promosi yang sesuai dengan prosedur dari bank tersebut. Dengan menerapkan strategi melalui meningkatkan promosi. Maka akan mampu mendapatkan nasabah yang akan memutuskan untuk menabung di BCA Syariah KCP kepanjen kabupaten Malang sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan mendapatkan simpati dari masyarakat.

Berdasarkan pada keadaan di atas maka peneliti tertarik dalam memilih judul **“PENGARUH PROMOSI PRODUK TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH KCP KEPANJEN KABUPATEN MALANG”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka penulis dapat mengemukakan permasalahan sebagai berikut: Apakah promosi Produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank BCA Syariah KCP Kepanjen?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui pengaruh promosi produk terhadap minat menabung masyarakat di Bank BCA Syariah KCP Kepanjen.

### 1.4 Kontribusi Penelitian

#### 1.4.1 Secara Praktis

##### a) Bagi Peneliti

Disamping untuk melengkapi persyaratan guna untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang masalah yang diteliti, selain sebagai wujud nyata penerapan teori-teori yang diterima dibangku kuliah, serta dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi dilapangan.

##### b) Bagi Dunia Perbankan

Untuk memberi masukan yang berguna agar lebih meningkatkan kinerja bank BCA Syariah yang ada di Indonesia dengan mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia.

##### c) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumbangan ilmu pengetahuan bagi kalangan akademisi dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh

promosi produk terhadap minat menabung masyarakat terhadap bank BCA Syariah KCP Kepanjen.

#### 1.4.1 Secara Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta pemahaman tentang pengaruh promosi produk, terhadap minat menabung masyarakat di Bank BCA Syariah Indonesia.



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**