

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN IDUL FITRI
(Studi Kasus Pada KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



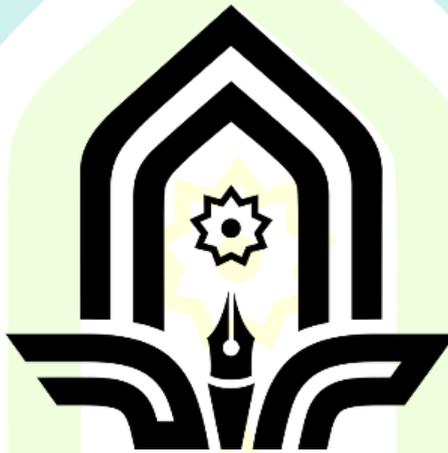
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PROMOSI, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN IDUL FITRI
(Studi Kasus Pada KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

SABINA ARVY ATIQOH

NIM 4221053

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabina Arvy Atiqoh

NIM : 4221053

Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri (Studi Kasus Pada KSPPS BTM cabang Kedungwuni)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 3 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Sabina Arvy Atiqoh

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Sabina Arvy Atiqoh

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum wr.wb

Setelah memberikan arahan dan perbaikan sepenuhnya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara;

Nama : **Sabina Arvy Atiqoh**
NIM : **4221053**
Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri (studi kasus pada KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 2 Juni 2025

Pembimbing,



Syifa Rohmah, M.M

NIP. 199408222022032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

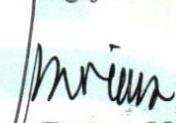
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **Sabina Arvy Atiqoh**
NIM : **4221053**
Judul : **Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri (Studi Kasus Pada KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni)**
Dosen Pembimbing : **Syifa Rohmah, M.M**

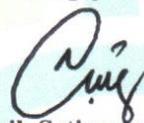
Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 26 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Karina Tamara, M.M
NIP. 197303182005012002

Penguji II


Singgih Setiawan, M.M
NIP. 199309112020121019

Pekalongan, 1 Juli 2025

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

Pada akhirnya takdir Allah selalu baik walau terkadang perlu air mata untuk
menerima.

(Umar Bin Khattab)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(Q.S Al-Insyirah : 6)

Allah tau kamu sedang mencemaskan masa depanmu. Tapi Allah ingin kamu tau
bahwa tidak ada yang perlu dicemaskan. Karena jalan hidupmu telah diciptakan
oleh penulis scenario terbaik



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun no materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

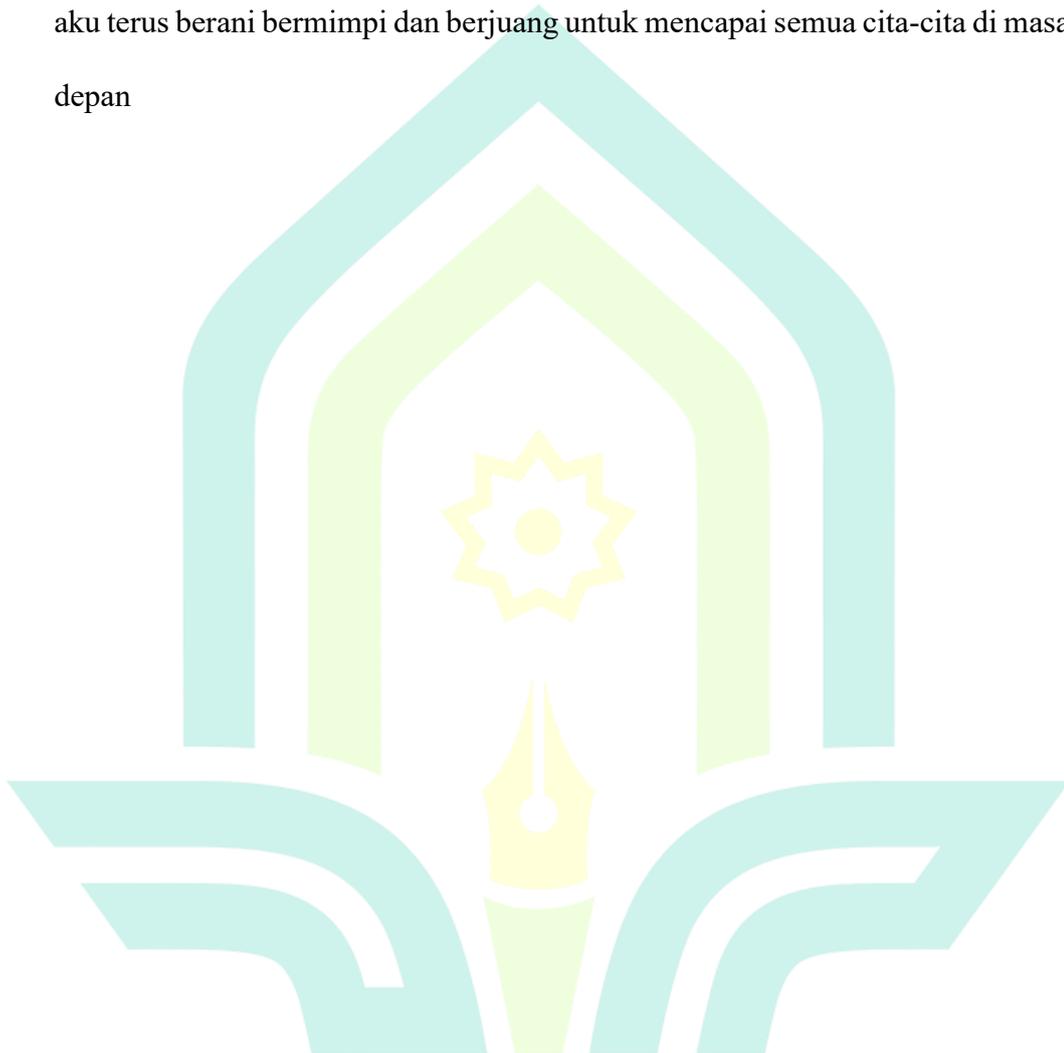
1. Segala puji dan syukur yang tak terhingga saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah mengabulkan setiap doa-doa saya dan mempermudah segala urusan serta langkah-langkah saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Hanya dengan pertolongan, rahmat, dan ridha-Nya, saya dapat melalui setiap tantangan dan rintangan hingga akhirnya mencapai titik ini.
2. Persembahan teristimewa saya haturkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Miftakhudin dan Ibu Yuliasih, yang telah berjuang dan mengusahakan segalanya untuk anak perempuan satu-satunya ini. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dan doa yang selalu mengalir utukku. Skripsi ini saya

persembahkan sebagai wujud cinta dan rasa terima kasih yang tak terhingga atas segala yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada saya.

3. Untuk adik-adikku, Barqi dan Zio, terima kasih telah menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam hidupku. Kalian semua adalah alasan saya terus berjuang. Semoga kita selalu bersama dan saling mendukung dalam meraih impian masing-masing.
4. Untuk Ibu Syifa Rohmah, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan penuh kesabaran membimbing, memberikan arahan, serta selalu menyemangati saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, waktu, dan perhatian yang Ibu berikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan Ibu dengan limpahan keberkahan dan kebahagiaan. Saya merasa sangat beruntung dan bersyukur mendapatkan bimbingan dari Ibu selama menempuh perjalanan akademik ini.
5. Untuk sahabat-sahabatku tersayang, Vina dan Ninis, Terima kasih telah menjadi teman baik yang selalu setia menemani sejak kita duduk di bangku MTs. Kebersamaan, dukungan, dan tawa yang kalian berikan menjadi salah satu kekuatan terbesar dalam perjalanan hidup dan studi saya. Terima kasih telah menjadi sahabat terbaik dalam suka maupun duka.
6. Untuk Nela, Elsa, Naufi, Ana, Sakdiyah, dan Nagita, Terima kasih telah menjadi teman yang luar biasa sepanjang perjalanan diperkuliahan ini. Dari awal semester hingga akhir semester, kalian selalu hadir, menemani, mendukung, dan berbagi tawa serta cerita. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan seindah dan sebermakna ini.

7. Untuk teman-teman KKN angkatan 60 terutama Eva, Salwa, Ajeng, dan Mba Aila. Meskipun kita baru saling mengenal beberapa bulan yang lalu, kebersamaan kita selama KKN telah meninggalkan kesan yang sangat berarti dalam hidupku. Terima kasih sudah menjadi teman yang selalu mendukung, berbagi cerita, dan bekerja sama dengan penuh semangat.
8. Untuk seluruh karyawan KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni yang telah memberikan kesempatan dan dukungan selama proses penelitian saya, terutama Mba Ulin, Mba Pipit, dan Mba Ida, terima kasih atas bantuan, keramahan, dan kerjasama yang luar biasa selama saya melakukan penelitian di sana. Bantuan kalian sangat berarti dan memudahkan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya.
9. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa studi saya.
10. Untuk seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2021. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu kita bagi selama masa kuliah.
11. Untuk semua orang yang pernah hadir dalam kehidupan saya. Terima kasih atas setiap dukungan, doa, dan kebersamaan yang telah memberi warna serta makna dalam perjalanan hidup saya. Semoga kebaikan dan kebahagiaan senantiasa menyertai kita semua.

12. Untuk diri saya sendiri, Sabina Arvy Atiqoh. Terima kasih atas ketekunan, kerja keras, dan semangat yang telah kutunjukkan sepanjang perjalanan ini. Setiap tantangan yang dihadapi, setiap malam yang dilalui dengan belajar, dan setiap langkah yang diambil telah membentuk diriku menjadi lebih kuat dan tangguh. Ini adalah hasil dari perjalanan yang penuh dedikasi dan komitmen. Semoga aku terus berani bermimpi dan berjuang untuk mencapai semua cita-cita di masa depan



ABSTRAK

SABINA ARVY ATIQOH. Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri (Studi Kasus Pada KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni)

Latar belakang penelitian ini didasari oleh persaingan ketat antar lembaga keuangan syariah di Pekalongan, serta kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan mereka menjelang hari raya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri pada KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada nasabah yang menggunakan produk tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni sebanyak 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 26, untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni. Sementara itu, variabel citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah lebih mempertimbangkan aspek promosi yang efektif dan kualitas produk yang sesuai kebutuhan, dibandingkan citra perusahaan, dalam menentukan keputusan menabung. Penelitian ini memberikan implikasi bagi KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni untuk lebih memfokuskan strategi pada peningkatan kualitas produk dan promosi yang tepat sasaran guna meningkatkan jumlah dan keputusan nasabah. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan pada ruang lingkup lokasi dan jumlah responden, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dan variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Promosi, Kualitas Produk, dan Keputusan Nasabah,.

ABSTRACT

SABINA ARVY ATIQOH. The Influence of Corporate Image, Promotion, and Product Quality on Customer Decisions to Use Idul Fitri Savings Products (Case Study at KSPPS BTM Pekalongan Kedungwuni Branch)

The background of this research is based on the intense competition between Islamic financial institutions in Pekalongan, as well as the need to understand the factors that influence customer decisions in choosing savings products that suit their needs before the holidays. This study aims to analyze the effect of Company Image, Promotion, and Product Quality on Customer Decisions in using Eid Savings Products at KSPPS BTM Pekalongan Kedungwuni Branch.

The research method used is quantitative using purposive sampling technique. The data used is primary data obtained through distributing questionnaires (questionnaires) to customers who use Eid savings products at KSPPS BTM Pekalongan Kedungwuni Branch as many as 100 respondents. Data analysis was carried out using instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis testing with the help of SPSS 26, to determine the effect of each independent variable on the dependent.

The results showed that the Promotion and Product Quality variables had a significant effect on customer decisions in using Eid Savings Products at KSPPS BTM Pekalongan, Kedungwuni branch. Meanwhile, the company image variable has no significant effect on customer decisions. This finding indicates that customers consider more aspects of effective promotion and product quality that suits their needs, rather than company image, in determining saving decisions. This study provides implications for KSPPS BTM Pekalongan Kedungwuni Branch to focus more on improving product quality and targeted promotions to increase the number and decisions of customers. This study also has limitations on the scope of location and number of respondents, so it is hoped that further research can expand the objects and variables studied.

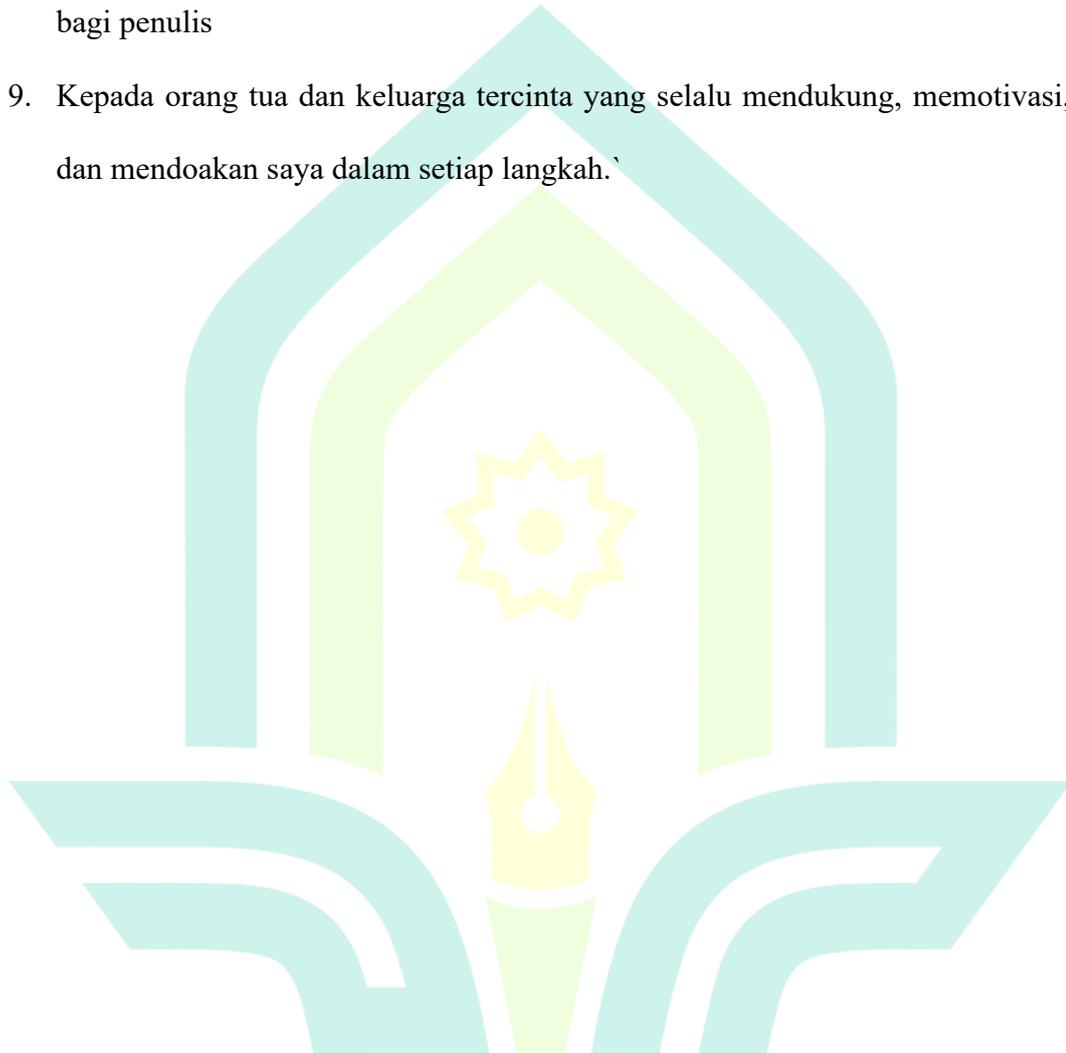
Keywords: Corporate Image, Promotion, Product Quality, *and* Customer Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. AM. Khafidz Ma'Shum, M.Ag selaku Dekan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kwat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Syifa Rohmah, M.M., Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Muhammad Nasrullah, M.S.I. Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Bapak Masromin, ST., selaku Manager KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni, atas izin penelitian yang diberikan, serta seluruh karyawan yang telah membantu saya memperoleh data yang dibutuhkan.
8. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis
9. Kepada orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendukung, memotivasi, dan mendoakan saya dalam setiap langkah.'



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Relationship Marketing Theory</i>	11
2. Keputusan Nasabah.....	12
3. Citra Perusahaan.....	14
4. Promosi	16
5. Kualitas Produk.....	18
B. Telaah Pustaka.....	21
C. Kerangka Berpikir.....	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B.	Setting Penelitian	33
C.	Populasi dan Sampel	33
1.	Populasi.....	33
2.	Sampel.....	34
D.	Variabel Penelitian	35
1.	Variabel Bebas (Variabel Independen).....	35
2.	Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	35
E.	Definisi Operasional.....	35
F.	Jenis dan Sumber Data	37
1.	Data Primer	37
2.	Data Sekunder	37
G.	Teknik Pengumpulan Data	38
1.	Kuesioner	38
2.	Skala Pengukuran.....	38
H.	Metode Analisis data.....	39
1.	Uji Instrumen Penelitian	39
2.	Uji Asumsi Klasik	40
3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.	Uji Hipotesis	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44
A.	Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	44
1.	Profil KSPPS BTM cabang Kedungwuni	44
2.	Visi dan Misi KSPPS BTM cabang Kedungwuni.....	45
3.	Struktur Organisasi.....	46
B.	Deskripsi Data dan Karakteristik Responden	46
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	46
2.	Karakteristik Responden	47
3.	Distribusi Tanggapan Responden.....	53
C.	Analisis Data	58
1.	Uji Instrumen	58
2.	Uji Asumsi Klasik	62
4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
5.	Uji Hipotesis	67

D. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	78
A. Simpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ء	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

II. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا..	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

III. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَا..يَا..	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يَاِ..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وَاُ..	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

IV. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

V. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

VI. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

VII. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

VIII. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- Bismillāhi majrehā wa mursāhā

IX. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului

oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

X. Tajwid

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	52
Tabel 4. 7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Citra Perusahaan	53
Tabel 4. 8 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Promosi	54
Tabel 4. 9 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4. 10 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Nasabah.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X1).....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	59
Tabel 4. 13 Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y).....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji reliabilitas	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedasitas	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolonieritas.....	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Persial (T)	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji Simultan (F).....	69
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Anggota Produk Tabungan Idul Fitri.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KSPPS BTM cabang Kedungwuni	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner Skala Likert	VII
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X1).....	XV
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	XV
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	XVI
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)	XVI
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	XVIII
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	XIX
Lampiran 9 Hasil Uji Uji Heteroskedasitas	XIX
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	XX
Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XX
Lampiran 12 Hasil Uji Persial (T).....	XXI
Lampiran 13 Hasil Uji Simultan (F)	XXI
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien determinasi (R ²)	XXI
Lampiran 15 Tabel r	XXII
Lampiran 16 Tabel t	XXV
Lampiran 17 Tabel F	XXVII
Lampiran 18 Surat Pengantar Penelitian.....	XXX
Lampiran 19 Surat Keterangan Selesai Penelitian	XXXI
Lampiran 20 Dokumentasi Penelitian.....	XXXII
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa (Andri Soemitra, 2010). Perkembangan jasa layanan keuangan syariah di Indonesia belakangan ini semakin membaik. Para pelaku bisnis pun kini semakin aktif berinvestasi di layanan keuangan syariah. Hal inilah yang menjadi pendorong bermunculannya berbagai layanan keuangan syariah baru di Indonesia.

Perkembangan pesat layanan keuangan syariah telah menyebabkan persaingan bisnis layanan keuangan syariah menjadi sangat tajam. Begitu pula dengan perkembangan banyak layanan keuangan syariah yang ada di Pekalongan, jumlah layanan keuangan syariah ini membuat masyarakat Pekalongan memiliki banyak pilihan untuk memilih layanan keuangan syariah mana yang mereka pilih. Masyarakat akan lebih memilih layanan keuangan syariah yang menawarkan layanan yang dengan demikian, Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah Baitut Tamwil Muhammadiyah Pekalongan cabang Kedungwuni yang sekarang dikenal

sebagai KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni didorong untuk terus memberikan layanan terbaik.

KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni memberikan layanan keuangan syariah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi kota Pekalongan. Tujuan utama organisasi ini bukan semata-mata menghasilkan keuntungan, tetapi lebih memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Untuk meningkatkan layanan keuangan syariah, kualitas pelayanan harus ditingkatkan. Untuk memenuhi kebutuhan ini, KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas (Chalimah, 2019). KSPPS BTM Pekalongan cabang kedungwuni tidak hanya beroperasi sebagai lembaga pengelola dana masyarakat yang menawarkan tabungan, pinjaman kredit, dan pembiayaan, tetapi juga bertanggung jawab untuk mengelola dana sosial umat, termasuk zakat, infak, shodaqah dan wakaf.

Banyak nasabah yang menabung pada produk Tabungan Idul Fitri merasa kecewa menjelang hari raya Idul Fitri karena bingkisan yang dijanjikan tidak dibagikan, meskipun mereka telah memenuhi syarat yang ditetapkan. Situasi ini menciptakan ketidakpuasan di kalangan nasabah yang berharap mendapatkan apresiasi atas loyalitas mereka dan menunjukkan perlunya transparansi serta komunikasi yang lebih baik dari pihak lembaga keuangan mengenai ketentuan program tersebut.

Gambar 1.1 Grafik Data Anggota Produk Tabungan Idul Fitri



Sumber : KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni, 2024

Tabel di atas menunjukkan peningkatan jumlah nasabah tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni dalam tiga tahun terakhir. Dari tahun 2022 hingga 2024, ada peningkatan 10% per tahunnya. Selain itu, dapat diketahui bahwa anggota pada produk tabungan Idul Fitri merupakan anggota yang loyal atau menunjukkan kesetiaan yang kuat, karena setiap tahunnya tidak mengalami penurunan jumlah anggota. Walaupun jumlah anggota terus meningkat, tidak menjadikan KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni merasa puas dengan hasil tersebut. Melainkan selalu berusaha meningkatkan pelayanan sebagai upaya agar KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni lebih berkembang kedepannya.

Pengambilan keputusan merupakan proses berpikir dalam rangka menyelesaikan suatu masalah untuk mendapatkan hasil akhir yang akan dilaksanakan. Selain itu, pengambilan keputusan dipandang sebagai upaya untuk mencari jalan keluar dari suatu masalah yang terjadi (Yuliani,

2021). Pendapatannya seorang nasabah mempengaruhi keputusannya dalam menentukan produk yang akan di pilih. Apabila pendapatannya yang diterima banyak maka nasabah akan tertarik memilih menggunakan produk yang sesuai dengan kemanfaatan yang ada pada produk. Nasabah yang memiliki pendapatannya banyak, tentunya akan menggunakan produk tabungannya lebih dari satu.

Citra Perusahaan merupakan persepsi yang mengarah pada publik atau konsumen terhadap suatu perusahaan atau bisnis. Citra ini dirancang untuk mencerminkan merek, arsitektur, varian produk, tradisi, ideologi, dan kualitas organisasi, atau kesan orang atau komunitas terhadap perusahaan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka sendiri (Haryanto, 2017). Penelitian yang meneliti tentang variabel citra perusahaan terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh (Zafira & Sugiarti, 2022) didapatkan hasil yang berpengaruh positif dan juga penelitian yang diteliti oleh (Habib & Mundhori, 2021) didapatkan hasil yang berpengaruh positif. Demikian berbanding terbalik dari hasil penelitian yang diteliti oleh (Husny & Santi, 2020) terdapat kesenjangan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah.

Promosi yang baik akan merubah pandangan tentang BTM, terutama nasabahnya, karena tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi yang rinci dan memperkenalkan semua jenis produk yang tersedia di BTM (Maharani, 2020). Namun demikian, promosi yang tidak tepat atau

terlalu berlebihan tidak selalu dapat menarik pelanggan untuk menabung. Untuk mengatasi masalah ini, bank harus memanfaatkan iklan yang sudah ada, seperti iklan di media elektronik atau cetak, atau bahkan dengan promosi langsung dan mengadakan acara (Risal. & Alexander, 2019). Penelitian yang meneliti tentang variabel promosi terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh (Widyasari & Sukaris, 2022) didapatkan hasil yang berpengaruh positif dan juga penelitian yang diteliti oleh (Syarifuddin et al., 2021) didapatkan hasil yang berpengaruh positif . Demikian berbanding terbalik dari hasil penelitian yang diteliti oleh (Maulina Robyani et al., 2022) terdapat kesenjangan hasil penelitian yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.

Kualitas produk merupakan wujud nilai kepuasan yang kompleks, oleh karena itu pada era sekarang ini mengutamakan dan memperhatikan kualitas produk merupakan tugas yang harus dipraktekkan oleh penyedia jasa keuangan syariah khususnya di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni. Penelitian yang meneliti tentang variabel kualitas produk terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh (Ikhwan & Khaira Sihotang, 2024) didapatkan hasil yang berpengaruh positif dan juga penelitian yang diteliti oleh (Saniyatun Farida et al., 2021) didapatkan hasil yang berpengaruh positif. Demikian berbanding terbalik dari hasil penelitian yang diteliti oleh (Fadillah, 2023) terdapat kesenjangan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di dealer Yamaha Suryanata Amuntai.

Tabungan atau simpanan idul fitri adalah salah satu jenis produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan non bank, khususnya KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni. Pada dasarnya, simpanan idul fitri adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan atau persiapan saat hari raya tiba. Seperti yang kita ketahui, kebutuhan akan meningkat saat hari raya tiba, jadi tidak ada salahnya bagi orang-orang untuk menyimpan uangnya untuk simpanan idul fitri, terutama karena produk ini benar-benar bermanfaat bagi masyarakat saat kebutuhan meningkat. Untuk menarik keinginan masyarakat untuk menyimpan uang di produk simpanan idul fitri, KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni perlu mempertimbangkan strategi citra, promosi, dan kualitas produknya untuk memenuhi keinginan pelanggan atau calon pelanggannya.

Salah satu faktor utama yang membuat tabungan Idul Fitri semakin populer adalah adanya program bagi hasil sembako tanpa biaya administrasi. Keuntungan ganda ini sangat menarik bagi nasabah, sehingga jumlah mereka terus meningkat setiap tahunnya. Nasabah dapat menabung dengan tenang karena uang mereka aman dan mereka juga mendapatkan tambahan sembako secara berkala. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **"PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PROMOSI, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN IDUL FITRI (STUDI KASUS PADA KSPPS BTM PEKALONGAN CABANG KEDUNGWUNI)".**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni?
4. Apakah Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni
- b. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni

- c. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni
- d. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran, terutama para akademisi yang akan menganalisis bagaimana Citra Perusahaan dan fitur produk mempengaruhi keputusan menabung konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

b. Secara praktis.

a) KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam membantu Lembaga keuangan syariah meningkatkan kinerjanya untuk menarik nasabah melalui produk-produk yang ditawarkan oleh Lembaga keuangan syariah.

b) Masyarakat,

Dengan penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui seberapa besar citra perusahaan dan fitur produk memengaruhi keputusan menabung nasabah. Ini akan membantu mereka memahami pemasaran secara khusus.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan yang baik diperlukan agar penelitian yang telah dilakukan oleh penulis ini lebih mudah dipahami oleh para pembaca. Dalam penelitian ini disusun menjadi lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah yang dijelaskan sebagai dasar untuk pembahasan selanjutnya, diikuti dengan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

Mengkaji teori serta menyajikan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu, juga mencakup kerangka berpikir dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

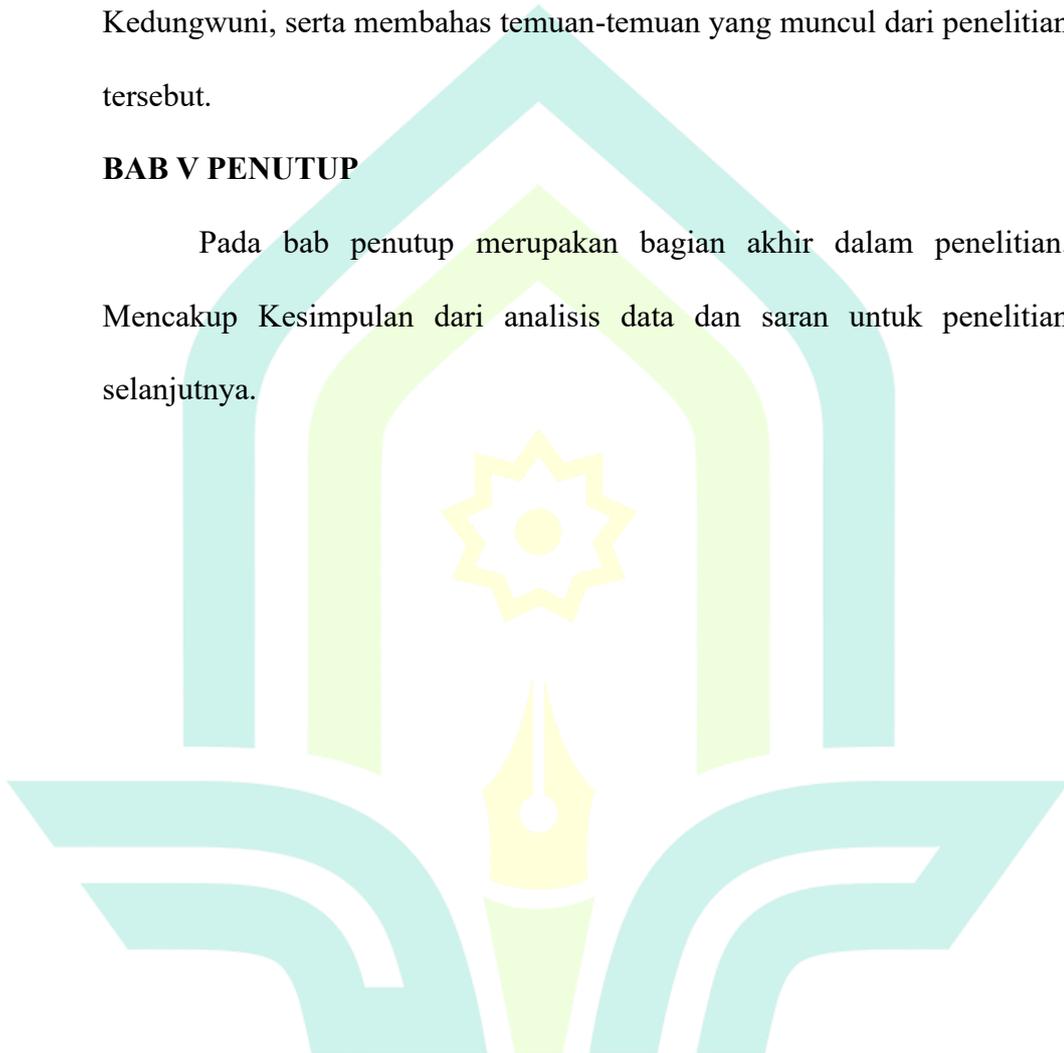
Menguraikan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, yang mencakup populasi dan sampel yang terlibat, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode yang diterapkan untuk analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan profil objek penelitian, hasil analisis dan pengujian data yang diperoleh selama penelitian mengenai Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni, serta membahas temuan-temuan yang muncul dari penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup merupakan bagian akhir dalam penelitian. Mencakup Kesimpulan dari analisis data dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Perusahaan (X_1) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,256 > 0,05$, serta nilai t hitung $1,142 < t$ tabel $1,984$ sehingga variabel Citra Perusahaan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan produk Tabungan idul Fitri. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi atau penilaian nasabah terhadap Citra KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni bukanlah faktor utama yang memengaruhi Keputusan mereka dalam memilih produk Tabungan ini. Dengan kata lain, meskipun Citra Perusahaan penting sebagai aset jangka panjang, pada konteks penelitian ini, nasabah lebih mempertimbangkan faktor lain dibandingkan Citra Perusahaan dalam pengambilan keputusan mereka.
2. Variabel Promosi memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$ dan nilai t hitung $-2,041 < t$ tabel $1,984$ hal ini terbukti bahwa variabel Promosi (X_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Strategi promosi yang tepat, informatif, dan menarik mampu meningkatkan pengetahuan serta minat masyarakat terhadap produk Tabungan Idul Fitri. Promosi yang efektif dapat memperluas jangkauan

informasi dan mendorong masyarakat untuk mengambil Keputusan menabung di KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni.

3. Variabel Kualitas Produk juga memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,559 > t$ tabel $1,984$ maka variabel Kualitas Produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Pada penelitian ini, kualitas produk yang baik seperti kemudahan transaksi, manfaat yang jelas, serta adanya program bagi hasil sembako tanpa biaya administrasi menjadi daya tarik utama bagi nasabah untuk memilih Tabungan Idul Fitri sebagai Solusi keuangan menjelang hari raya.
4. Secara simultan, ketiga variabel Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Idul Fitri di KSPPS BTM Pekalongan Cabang Kedungwuni. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan Lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah dan keputusan sangat dipengaruhi oleh kombinasi citra yang baik, strategi promosi yang efektif, serta kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
5. Temuan ini sejalan dengan teori *relationship marketing*, yang menekankan pentingnya membangun hubungan jangka Panjang dengan nasabah melalui peningkatan citra perusahaan, promosi dan kualitas produk secara berkelanjutan.

Dengan demikian, untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Idul Fitri, KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni perlu terus memperkuat Citra Perusahaan, melakukan inovasi Promosi yang relevan, serta menjaga dan meningkatkan Kualitas Produk

sesuai harapan nasabah. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Lembaga dan memberikan manfaat optimal bagi Masyarakat.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian mengenai Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Idul Fitri pada KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Keterbatasan lokasi dan objek penelitian. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu cabang, yaitu KSPPS BTM Pekalongan cabang Kedungwuni. Hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasi untuk seluruh KSPPS BTM di daerah lain atau Lembaga keuangan syariah lainnya, karena setiap cabang atau Lembaga dapat memiliki karakteristik nasabah dan strategi pemasaran yang berbeda
2. Variabel penelitian yang terbatas. Penelitian ini hanya memfokuskan pada tiga variabel independen, yaitu citra perusahaan, promosi, dan kualitas produk. Padahal, Keputusan nasabah mungkin dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti pendapatan, lokasi, kualitas pelayanan, maupun faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan sosial masyarakat yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.
3. Metode pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner (angket) yang diisi sendiri oleh responden. Metode ini memiliki keterbatasan karena sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden dalam menjawab pertanyaan, sehingga memungkinkan adanya bias persepsi atau interpretasi yang berbeda.

4. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mendalami mengapa Promosi berpengaruh negative terhadap Keputusan Nasabah di KSPPS BTM. Ini dapat dilakukan melalui penelitian kualitatif (wawancara/FGD) untuk memahami persepsi nasabah, serta memperinci indikator promosi.

Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengatasi dan memperbaiki aspek-aspek yang kurang dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Jurnal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1).
- Akbar, F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations* (A. G. Zainal, Ed.). Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Andri Soemitra. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*.
- Aritonang, B., & Siboro, M. S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Pembelian Rumah Pada Perumahan Citra Wahana Ii. *Jurnal Global Manajemen*, 10, 97–111.
- Berry, L. L. (1995). *Relationship Marketing of Services-Growing Interest, Emerging Perspectives*.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2716–3768. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chalimah, C. A. Suud. (2019). *Leader Member Exchange Pada Perusahaan Jasa Layanan Keuangan Syari'ah Di Kabupaten Pekalongan*.
- Dewanti, I. A. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Journal Of Economic, Business And Engineering*, 5(2).
- Febrian, A. A., & Irawati, W. (2024). Pengaruh Lokasi, Citra Lembaga Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BMT UGT Nusantara Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 135–145. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5900>
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang. Universitas Diponegoro.
- Habib, Z., & Mundhori. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro. *Journal of Management and Sharia Business*, 1(1).
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Haryanto, H. R. (2021). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)* (A. Wafi, Ed.). Duta Media Publishing.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Quran Kuningan.
- Husny, R., & Santi, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah. *Jurnal FEB*, 1(1), 103-112.
- Ikhwan, M., & Khaira Sihotang, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank

- Sumut Syariah Kcp Multatuli. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(5), 1634–1647.
- Ismail, F. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. . Prenamedia Group.
- Juswina, E. D., Asse, A., & Trimulato. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 71–88. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i2.1239>
- Kotler, P. & A. (2014). *Principle Of Marketing. 12th Edition. Jilid I* terjemahan Bob Sabrana. Erlangga.
- Kumalasari, & Ratih. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Deposito Ib Hasanah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bni Syariah Kantor Cabang Bendungan Hilir)*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Maharani, N. S. (2020). *Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas*. <http://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna>
- Maulina Robyani, N., Husein Ritonga, A., Mubyarto, N., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2). <http://jurnal.unsyiah.ac.id>
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Window*. Zifatama Jawara.
- Nurdin, I., & Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendekia.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas, Instrument Penelitian Berbasis Web*. . Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- Prasetiawan, D. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Koperasi Murni Amanah Sejahtera Merjosari Malang)* [Skripsi]. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Pratama, F. A. (2016). *Management Finance & Marketing*. K-Media.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Lebih Mudah dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group.
- Purwanto, E. A. , & Sulistyastuti, D. R. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Admnsitrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Gave Media.
- Rahayuk, S., Prasetyo, I., & Sugiarno, Y. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Kca (Kredit Cepat Aman) Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pt Pegadaian (Persero) Unit Panarukan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(1), 67–83. <https://doi.org/10.37504/Jmb.V8i1.642>
- Rahmat Getri Sanyus, H., Hakim, L., Nur Diana, I., Septi Haryani, D., Langgeng Ratnasari, S., Septi Triayomi, K., Guntoro, E., Tawee, S., & Amin, S. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menerima Kredit Umkm. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 4(2), 87–101. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jmob/index>
- Rahmiati. (2018). Relationship Marketing : Paradigma Baru Dalam Mempertahankan Pelanggan. *Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 101–115.
- Rifkhan, P. A. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuisisioner* (Abdul, Ed.). CV. Adanu Abimata.
- Risal., T., & Alexander, A. (2019). Pengaruh Presepsi Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah

- Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 118–130.
- Rivanto. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Saniyatun, F. B., & Yusqi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 2(2).
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Shiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perikau Konsumen, Edisi Kedua*. PT. Indeks Gramedia 1.
- Siyoto, S., & Ali Sodik, Mk. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta Bandung.
- Sutopo, Y. (2017). *Statistika Inferensial*. CV. Andi Offset.
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya Organisasi* (Prenada Media Group).
- Syarifah, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung: Studi Kasus Bank Muamalat Kantor cabang Medan Balai Kota. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2024.
- Syarifuddin, M. A. F., Gani, N., & Rahman, Muh. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. *IBEF: Islamic Banking Economic and Financial Journal*, 2, 18–36.
- Ultha Apriliana. (2023). *Pengaruh Promosi, Pendapatan Nasabah dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Sifitri*

(*Simpanan Idul Fitri*) (Studi Kasus pada KSPPS BMT An-Najah KC. Bojong).
UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang, Ed.).
Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Widyasari, Q., & Sukaris. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 02(02), 174–183.

Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 5(2), 273–298.
<https://doi.org/10.37726/ee.v5i2.172>

Yuliani, E. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat Dan Kesadaran (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).

Yusuf, M. , & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian*. IPB Press Printing.

Zafira, P., & Sugiarti, R. (2022a). Pengaruh Citra Perusahaan, Iklan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Amanah di BPRS Al Salaam Amal Salman Cabang Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(2), 198–207. <https://doi.org/10.32627>

Zahara, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan iB Baitullah pada BNI Syariah kantor cabang Medan. *Jurnal Nisbah*, 6(1). www.bnisyariah.co.id