

**PENGARUH PROMOSI, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT MENJADI NASABAH  
KSPPS BMT AL FATAA ULUJAMI KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**SOCHIFATUN NAQIYAH**

NIM: 2013316023

**PRODI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ABDURAHMAN WAHID  
2023**

**PENGARUH PROMOSI, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT MENJADI NASABAH  
KSPPS BMT AL FATAA ULUJAMI KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**SOCHIFATUN NAQIYAH**

NIM: 2013316023

**PRODI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ABDURAHMAN WAHID  
2023**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda dibawah ini:

Nama : SOCHIFATUN NAQIYAH

NIM : 2013316023

Judul skripsi : Pengaruh Promosi, Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah KSPPS BMT AL Fataa Ulujami Kabupaten Pemalang (studi Kasus KSPPS BMT AL Fataa Ulujami)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam nentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apaila skripsi ini terbukti merupakan plagiasi, maka penulis bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 Maret 2022

Yang menyatakan,



Sochifatun Naqiyah

2013316023

**Muhammad Aris Safi'i M.E.I.**  
Perum Prisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

---

### **NOTA PEMBIMBING**

Pekalongan, 20 September 2021

Lamp. : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
Sdri. Sochifatun Naqiyah

Kepada Yth.  
Dekan FEBI IAIN Pekalongan  
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Sochifatun Naqiyah  
NIM : 2013316023  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **“Pengaruh Promosi, Produk dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami Kabupaten Pemalang”**

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*



Pembimbing  
**M. ARIS SYAFPI M.EI**  
NIP. 19851022015031004

## ABSTRAK

### **SOCHIFATUN NAQIYAH. Pengaruh Promosi, Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi NasabahKSPPS BMT Al Fataa Ulujami Kabupaten Pemalang**

Perilaku nasabah merupakan sebuah studi dari suatu proses keputusan nasabah, mengapa nasabah mau menggunakan dan memanfaatkan produk-produk simpan pinjam yang ditawarkan. Lembaga simpan pinjam perlu memahami faktor-faktor yang menyebabkan seseorang mau menjadi nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas promosi, produk dan lokasi kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk melakukan simpan pinjam di KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Kabupaten Pemalang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan analisis pengujian hipotesis dengan alat bantu SPSS (Statistical Product and Service Solution).

Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat nilai signifikan dari variable promosi dan produk secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami dan pengaruhnya positif. Dan variabel Promosi secara parsial tidak terhadap minat masyarakat menjadi Nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami dan pengaruhnya negatif.

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS bahwa faktor Promosi, Produk dan Lokasi berpengaruh secara sigfikan terhadap minat masyarakat KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.

**Kata Kunci:** *Minat Masyarakat, Promosi, Produk, dan Lokasi*

## **ABSTRACT**

### **SOCHIFATUN NAQIYAH. The Influence Of promotions, Products, And Locations on community Interest In Being Customers in KSPPS BMT Al Fataa Ulujami Pemalang**

Customer behavior is a study of a customer decision process, why customers want to use and take advantage of the saving and loan products it offers. Saving and loan institutions need to understand the factors that cause a person to become a customer.

This study aims to determine the effect of promotions, products, and locations on customer decisions to saving and loan at KSPPS BMT Al Fataa Ulujami Pemalang. This research uses quantitative research methods. The sample in this study were 100 respondents. The sampling method used was simple random sampling with data collection techniques using a questionnaire. The data analysis used was research instrument, classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solution) as a tool.

Based on the results of this research, it is concluded that there is a significant value of the promotion and product variables that partially affect the public's interest in becoming KSPPS BMT Al Fataa Ulujami customers and the effect is positive. And the promotion variable partially did not affect the public's interest in becoming a KSPPS BMT Al Fataa Ulujami customer and the effect is negative.

Based on the results of simultaneous testing (F test) through the results of SPSS calculations that the Promotion, Product and Location factors have a significant effect on the interest of the KSPPS BMT Al Fataa Ulujami community.

**Key Word:** *Community Interests, Promotions, Products and Locations*

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan, dan hidayahnya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabahkspps Bmt Al Fataa Ulujami Kabupaten Pemalang” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusun skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan. Yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, Selaku Dekan Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyetujui penelitian.
3. M. Aris Safi'i, M.E.I, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah menyetujui penelitian.
4. Agus Fakhriña M.SI, selaku Wali dosen yang telah menyetujui judul dan penelitian ini.
5. M. Aris Safi'i, M.E.I Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesaiannya skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staf Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
7. Semua teman-teman Angkatan 2016 yang telah meneman saya dari semester awal hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua Orang tua saya, yang selalu mendoakan dan menyemangati saya.
9. Ika Puspita Ningtyas,S.Pd dan Ratih Windiarti S.Pd.I selaku kakak Terbaik sedunia yang menjadi role model saya.

10. Sahabat Seperjuangan Rohmawati Lestari, Luthfy Khakimah yang selalu menemani.
11. Sahabat Sejawat Kelas Q Non reguler yang senantiasa membantu dan menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Segenap karyawan KSPPS BMT Al Fataa Ulujami yang sudah membantu dan menerima penulis selama masa penelitian di lapangan
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu dalam penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Pemalang, 11 Juni 2022

Penulis



Sochifatun Naqiyah

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi .....	ii
Nota Pembimbing.....	iii
Pengesahan .....	iv
Abstrak.....	v
Abstrack.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Pedoman Literasi .....	xi
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kajian Teori .....	10
1. Minat Masyarakat .....	10
2. Produk .....	20
3. Promosi .....	22
4. Lokasi.....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Teoritis.....	35
D. Hipotesis .....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sumber Data.....	37
-------------------------------	----

1. Jenis penelitian.....	37
2. Pendekatan penelitian .....	37
3. Tempat dan waktu penelitian.....	37
4. Variable penelitian dan operasional penelitian .....	38
5. Definisi operasional penelitian .....	39
6. Populasi, sampel dan teknik sampling .....	40
7. Teknik pengumpulan data.....	42
8. Metode analisis data.....	45

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data.....	53
1. Deskripsi Data Penelitian.....	53
2. Identifikasi responden .....	53
B. Analisis Data .....	56
1. Uji Instrumen .....	56
2. Uji Asumsi Klasik.....	59
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4. Uji Hipotesis .....	66
5. Koefisien Determinasi .....	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75

## **DAFTAR PUSTAKA..... 76**

## **LAMPIRAN**

1. Lampiran 1 .....	I
2. Lampiran 2.....	V
3. Lampiran 3 .....	XVI
4. Lampiran 4.....	XX
5. Lampiran 5 .....	XXIII

6. Lampiran 6.....	XXIV
7. Lampiran 7.....	XXVII
8. Lampiran 8.....	XXX
9. Lampiran 9.....	XXXI
10. Lampiran 10.....	XXXIV
11. Lampiran 11 .....	XXXVI

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tandanya kaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sa	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ż	Zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
سـ	Sin	S	Es
شـ	Syin	Sy	Es dan ye
صـ	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ضـ	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
طـ	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظـ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)

ع	'ain	'	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ءـ	Hamzah	'	Apostrof
يـ	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ِ = a		ِ = ā
ِ = i	ِِ = ai	ِِ = ī
ِ = u	ِِ = au	ِِ = ū

## 3. Ta Marbutah

a. Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh : مَرْأَةً جَمِيلَةً ditulis mar'atun jamīlah

b. Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh : فَاطِمَةٌ ditulis fatimah

## 4. Syaddad(tasydid, geminasi)

Tanda geminasidilambangkan huruf yang samadengan huruf yang diberitandasyaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-barr</i>

## 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “hurufsyamsiyah” ditrasnsliterasikansesuaidenganbunyinya, yaitubunyi /I/ digantidenganhuruf yang samadenganhuruf yang langsungmengikuti kata sandangitu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidinah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “hurufqomariyah” ditransliterasikandenganbunyinya, yaitubunyi /I/ diikutiterpisahdari kata yang mengikuti dan dihubungkandengantandasempang.

Contoh :

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البيع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	dituli	<i>al-jalal</i>

## 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidakditransliterasikan. Akan tetapi, jikahamzahtersebutberada di tengah kata atau di akhir kata, hurushamzahitudittransliterasikandenganapostrof ^/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Perkembangan Nasabah Simpanan Tahun 2019 .....	2
Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	43
Tabel. 4.4 Hasil Uji Validitas Produk.....	44
Tabel. 4.5 Hasil uji validitas Promosi.....	44
Tabel 4.6 Hasil uji validitas Lokasi .....	44
Tabel 4.7 Hasil uji validitas Minat Masyarakat .....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.9One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	48
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas.....	49
Tabel 4.11Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50
Tabel 4.12Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 13Hasil Uji t (Uji Parsial ) .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka berfikir

Gambar 4.1 Normal Probability Plot

Gambar 4.2 Scatterplot Dependent Variabel : Minat

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Lembar Kuesioner, I
Lampiran 2	Data Mentah Hasil Kuesioner, V
Lampiran 3	Hasil Output Spss Uji Validitas dan Uji Reabilitas, XVI
Lampiran	Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik, XX
Lampiran 5	Hasil Output SPSS Uji Hipotesis, XXIII
Lampiran 6	Nilai Distribusi t, XXIV
Lampiran 7	Nilai F Tabel $0,05$ , XXVII
Lampiran 8	Distribusi Nilai r Tabel, XXX
Lampiran 9	Surat Ijin Penelitian, XXXIII
Lampiran 10	Dokumentasi Penelitian, XXXIV
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup, XXXV



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia sebagai Negara yang sebagian besar penduduknya merupakan muslim dan masuk dalam kategori Negara berkembang akan memberikan pengaruh besar terhadap jalannya penerapan ekonomi syariah di masyarakat.

Pada tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) kemudian menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta pada 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank islam di Indonesia.

Dewasa ini, persaingan mempengaruhi kekuatan permintaan dan penawaran nasabah pada sebuah lembaga keuangan terutama pada aspek keamanan dan kemanfaatan barang atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Di era perkembangan ekonomi saat ini, masyarakat sudah lebih pintar dan selektif dalam memilih lembaga keuangan bank mana yang akan menjadi tempatnya dalam melakukan transaksi keuangan. Melihat hal ini bank diharuskan untuk selalu berkembang mengikuti zaman dengan terus melakukan inovasi dengan mengembangkan suatu produk andalan. Dalam hal ini BMT Al Fataa Ulujami merupakan salah satu BMT yang eksis dikalangan masyarakat dan memiliki perkembangan yang sangat pesat.

KSPPS BMT AL FATAA atau yang bisa disebut BMT Al Fataa adalah suatu lembaga

keuangan syari'ah (LKS) yang bergerak disektor simpan pinjam yang berada dibawah naungan organisasi NU (Nahdlatul Ulama). BMT Al Fataa juga bisa menjadi lembaga alternatif keuangan yang dirancang untuk menjadi jembatan masyarakat yang memiliki keuangan lebih dengan masyarakat yang membutuhkan dana. Alternatif disini dimaksudkan dalam hal pengelolaan keuangan lembaga yang mengikuti pola yang berbeda dari kebanyakan perbankan. Yang dijalankan secara syariah berdasarkan prinsip muamalah.

Berdirinya BMT tak lepas dari kebutuhan masyarakat Ulujami akan pembiayaan dengan syarat yang mudah dan berprinsip pada bagi hasil. Pada tahun awal pendirian BMT tersebut banyak berdiri pula berbagai usaha kecil dan rumah tangga disekitar Kecamatan Ulujami yang membutuhkan dana untuk mendukung usahanya. Usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat menengah kebawah yang diprogramkan BMT dilakukan dengan intensifikasi penarikan dan pengumpulan dana BMT ialah masyarakat kelas menengah atas. Tidak hanya itu masyarakat menengah kebawah juga tetap diarahkan untuk menabung sesuai dengan kemampuannya. Sasaran utama penyaluran pembiayaan adalah para pedagang dan pengusaha kecil atau UMKM, dimana konsep pengembalian dananya meliputi setoran harian, mingguan hingga bulanan (Wawancara Bapak Mashudi Majid S.H, 2020).

Di tahun 2008, sebagaimana amanah dari UU no.21 Tahun 2008 mengenai perbankan Syariah, dibentuklah suatu komite dalam internal Bank Indonesia untuk menindak lanjuti fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), yaitu Pembentukan Komite Perbankan Syariah (PBI No.10/32/PBI/2008 tanggal 20 November 2008), (Hfafang Husen, 2018).

**Tabel 1.1 Data Perkembangan Nasabah Simpanan Tahun 2019**

**Kspps BMT Al Fataa Ulujami** (Dokumentasi BMT Alfataa Ulujami, 2020).

Bulan	Nama Simpanan					
	Tabah	Wisata	Sahara	Sembako	Sakura	Tarbiyah
Jan	7.456	176	849	187	18	469
Peb	7.511	176	849	187	18	469
Mar	7.560	176	849	187	18	469
Apr	7.601	176	851	188	18	469
Mei	7.645	176	851	188	18	469
Jun	7.707	176	872	227	18	470
Jul	7.828	176	874	237	18	488
Ags	7.901	176	874	237	19	500
Sept	8.009	176	874	237	20	506
Okt	8.098	176	874	237	21	512
Nop	8.166	176	874	237	21	514
Des	8.216	477	874	237	21	514

Jika produk atau jasa tidak memenuhi spesifikasi zaman atau mengikuti kebutuhan zaman, maka akan sangat mudah ditinggalkan pelanggan. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan dituntut untuk melakukan terobosan-terobosan baru dengan mengutamakan harga yang tepat, kualitas produk yang baik dan juga pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dalam hal ini nasabah. Banyaknya penduduk Muslim di Indonesia, merupakan ladang yang baik untuk menumbuhkan ekonomi islam dengan mengembangkan perbankan syariah dimasa datang. Hal ini bisa dilihat dari Umat sebagai sumber data manusia (SDM) dankegiatan ekonomi suatu wilayah serta pola sikap dari perilaku ekonomi

terhadao produk atau jasa suatu lembaga keuangan syariah (Wardayani Wahab, 2017).

Dalam konsep produk dijelaskan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, minerja atau fitur yang inovatif. Lembaga keuangan berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkannya. Pemasar adalah komunikator antara produk atau jasa yang ditawarkan pada calon nasabah. Salah satu jenis komunikasi yang biasa atau bahkan sering digunakan seorang pemasar adalah promosi. Dalam hal ini promosi penjualan ialah unsur terpenting dalam kegiatan memasarkan produk. Sedangkan American Marketing Association (AMA) mendefinisikan “sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial. Increase consumer demand or improve product quality”. Yang artinya promosi adalah media dan non media pemasaran yang diterapkan pada ketentuan tertentu, keterbatasan waktu untuk cek ombak atau percobaan guna untuk meningkatkan pelanggan, permintaan atau memperbaiki kualitas produk.

Menurut Rambat L. Promosi menjadi variabel terpenting yang termasuk dalam bauran pemasaran dan dikerjakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya. Fungsi dari aktivitas ini tidak hanya digunakan sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dengan konsumen, tetapi sebagai alat untuk memberikan pengaruh terhadap minat dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Tandi Larasati Putri, 2017).

Jenis produk yang bervariasi di bank juga ikut memberikan pengaruh kepada minat masyarakat untuk menjadi nasabah di KSPPS BMR AlFataa Ulujami, sementara itu ragam jenis produk di bank syariah juga ikut memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah untuk menabung di bank syariah.

Lokasi cabang dan kantor pusat yang strategis juga akan mempengaruhi strategipemasaran guna mempertahankan nasabah lama dan memperbanyak nasabah baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH KSPPS BMT AL FATAA ULUJAMI”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan pokok yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami?
2. Apakah variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di KSPPS BMT Al Fataa Uluajmi?
4. Apakah variabel promosi, produk, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di KSPPS BMT Al Fataa Ulujami?

## **C. Tujuan Peneltian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.
2. Untuk mengetahui apakah variabel produk memberi pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.
3. Untuk mengertahui apakah variabel lokasi memberi pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.
4. Untuk mengetahui apakah variabel promosi, produk dan lokasi memberikan pengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Praktis

- a. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan program studi S1 Ekonomi Syariah.
- b. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan terutama masyarakat luas dan nasabah yang berminat memilih jasa khususnya pada KSPPS BMT Al Fataa Ulujami.

### 2. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti adalah sebagai wadah untuk mengimplementasikan teori mata kuliah yang diperoleh selama perkuliahan berlangsung.
- b. Bagi pembaca adalah diharapkan dapat memberikan sumbangsih konsep dalam pemecahan masalah khususnya bagi mahasiswa IAIN Pekalongan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk menguraikan secara garis besar penelitian yang akan dilakukan, maka dibuatlah sistem penulisan yang memuat informasi tentang materi yang dibahas pada setiap bab, yaitu:

### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II: KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang uraian teoritis variabel yang digunakan dalam penelitian. Bab ini berisi tentang landasan teori, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, yaitu: jenis dan sumber penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengolahan data, analisis data.

#### **BAB IV: ANALISIS HASIL PENELITIAN**

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasanya. Mengenai hasil analisis uji regresi berganda, uji asumsi klasik yang menguji minat masyarakat.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan menerangkan hasil analisis yang digunakan. Dan berisikan saran dan masukan tentang hasil uji dalam penelitian ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Nilai signifikansi variabel Promosi  $0,53 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 1,961 < t_{tabel} 1,66071$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel Promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi Nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami dan pengaruhnya positif.
2. Nilai signifikansi variabel Produk  $0,01 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 3,381 > t_{tabel} 1,66071$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi Nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami dan pengaruhnya positif.
3. Nilai signifikansi variabel Lokasi  $0,412 > 0,05$  dan  $t_{hitung} -0,825 < t_{tabel} 1,66071$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel Promosi secara parsial tidak terhadap minat masyarakat menjadi Nasabah KSPPS BMT Al Fataa Ulujami dan pengaruhnya negatif.
4. Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS yang dilakukan dalam penelitian diperoleh nilai Fhitung sebesar 15,908 dan Ftabel sebesar 2,47 ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 15,908 > F_{tabel} 2,47$  dengan nilai signifikan yang diperoleh adalah  $0,000 < 0,05$  maka hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu faktor Promosi, Produk an Lokasi berpengaruh secara sigfikan terhadap minat masyarakat KSPPS BMT Al Fataa Ulujami

#### B. Saran

Berikut ini saran yang ingin penulis sampaikan terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi akademisi

Bagi kalangan akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang sesuai dengan Promosi, Produk dan Lokasi terhadap pengembangan minat masyarakat. Akan lebih baik jika peneliti mendatang dapat memberikan hasil yang lebih baik dengan menambah atau menggunakan variabel dan indikator yang lebih banyak lagi (tentunya yang didasarkan pada riset pendahuluan).

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di KSPPS BMT Al Fataa Ulujami. Adanya promosi dan variasi produk bias meningkatkan minat masyarakat sekitar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Djazuli H.A. dan Yadi Jamnwari, Lembaga-lembaga Perekonomian umat,(Jakarta PT Raja Grafindo Persada, 2002)

Sobana Fafang Husen, A.Mg, *Manajemen Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018)

wahab Wardayani, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*” jurnal kajian ilmu ekonomi islam. (Riau: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau.2017 Vol 2 No. 01).

Putri Tandi Larasati, “*Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*” Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga,2017).

Ramayulis,”ilmu Pendidikan Isla’, (Jakarta: Kalam Mulia.2002),Hlm.38

Basu swasta, “Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Nasabah”;(Yogyakarta: BPFE.2000) hlm. 89.

Nugroho J. Setiadi,” Perilaku Nasabah Konsep dan Implikasi Penelitian Pemasaran” (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2008).

Sumarwan Ujang,” Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Cet.1 Ed. 2(Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011)

Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol (Jakarta: Prenhalindo, 1997).

Suryani Tatik, *Perilaku Konsumen di Era Internet* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2013). Hlm.5.

Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.* (Penerbit Andi-Yogyakarta).

Tandi Larasati Putri, “*Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*” Skripsi ( Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga,2017).

Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat,2006.

Moch. Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990, hlm 76.

Ari wibowo, *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di "D'STUPID BAKER"* Surabaya, STIESIA Surabaya, volume 3 No. 12, 2014

Muhammad, “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008

Trenggonowati,*Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1.Edisi Pertama(Yogyakarta: BPEE, 2009)

Moh. Kasiran, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Mailiki Press, 2010)

Mansur Chadi Mursid, *Model Persamaan Regresi dengan SPSS*, (Tegal: Khoirunnisa, 2016),

Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cet. Ke-5, (Semarang: Universitas Dipenogoro, 2011

Supranto:”statistik Teori dan Aplikasi” Edisi 5. Cet. Ke-15 (Jakarta: Erlangga, 2001)

Sulyianto, *Ekonometrika Terapan – Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET: 2011 )

Syofian Siregar, “Metode penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS” Ed. 1 Cet. Ke-1, (Jakarta: kencana).

Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya. 2006, “*Metodologi Penelitian Keuangan : Prosedur, Ide, dan Kontro*”, Edisi 1, Cet. 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Anshori, Muslich dan SriIswati. 2009, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, AUP Unair, Surabaya.

Arikunto, Suharsimi. 2006. “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*”. Rineka Cipta, Jakarta

Azwar, Saifudin, 1999.” *Metode Penelitian*”, Pustaka pelajar, Yogyakarta.

Bungin, M Burhan . 2005, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*” ,Kencana, Jakarta

Departemen Pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi ke empat ,* PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Eka Kiki Febriana, Yulianeu, Cicik Harini, Moh. Mukeri Warso, 2014. “*Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)*”, Jurnal, Manajemen Universitas Pandanaran, Semarang.