



**PENGARUH MEDIA *EXCELLENT*
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
TABUNGAN SERBA GUNA (SABANA)
(Studi Pada KSPPS BMT Nusa Kartika
Wiradesa Kab. Pekalongan)**



**ANISA FITRI
NIM. 4220063**

2026

**PENGARUH MEDIA PROMOSI, KUALITAS
PRODUK DAN *SERVICE EXCELLENT*
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
TABUNGAN SERBA GUNA (SABANA) (Studi
Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab.
Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANISA FITRI
NIM. 4220063

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH MEDIA PROMOSI, KUALITAS
PRODUK DAN *SERVICE EXCELLENT*
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
TABUNGAN SERBA GUNA (SABANA) (Studi
Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab.
Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANISA FITRI
NIM. 4220063

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Anisa Fitri**

NIM : **4220063**

Judul Skripsi : **Pengaruh Media Promosi, Kualitas Produk dan Service Excellent Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) (Studi pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan**

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, 17 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Anisa Fitri

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Anisa Fitri

Yth.

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

Assalamualaikum, Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Anisa Fitri**
NTM : **4220063**
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Promosi, Kualitas Produk dan Service Excellent Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) (Studi Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 16 Februari 2026
Pembimbing,



Singeih Setiawan. M.M

NIP. 199309182020121014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab.Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febiuingusdur.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : Anisa Fitri
NIM : 4220063
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Promosi, Kualitas Produk dan Service Excellent Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) (Studi pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : Singih Setiawan, M.M.

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 12 Maret 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I
NIP. 198703112019081001

Penguji II

Syamsul Arifin, M.E
NIP. 198908312023211022

Pekalongan, 7 April 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: fa inna ma’al-‘usri yusra, inna ma’al usri yusra.”

(Q.S Al-Insyirah:5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatannya) yang diperbuatnya.”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Perang telah usai, aku bisa pulang. Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!!!”

(Nadin Amizah)

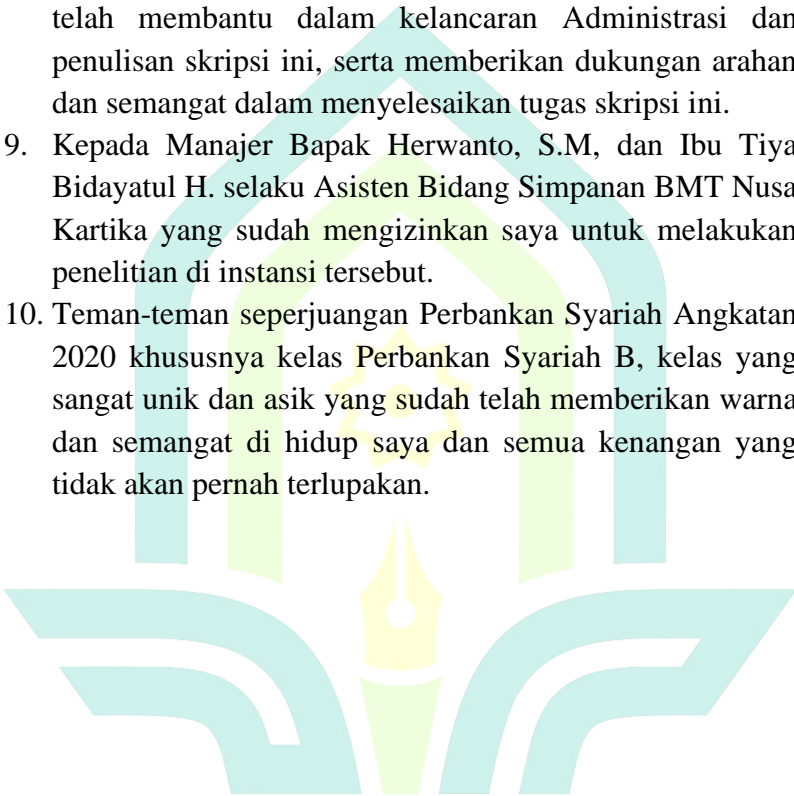
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan Rahmat dan karunia-Nya atas terselesainya skripsi ini sebagai pemenuhan untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya sangat menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari awal masa perkuliahan dimulai sampai dengan penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segenap cinta, kasih sayang dan terima kasih, saya persembahkan skripsi ini kepada

1. Kedua orang tua saya bapak Bambang Kartiko dan Ibu Nurhayati yang telah sangat berjasa dalam hidup saya yang sangat saya sayangi dan cintai. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang serta semangatnya yang tak pernah berhenti mengalir.
2. Suami saya, Igo firman Saputra yang selalu mendukung, memotivasi, dan membantu dalam perkuliahan saya. Dan tidak lupa untuk anak saya Gevandra Reifan Putra yang selalu membuat hari-hariku menjadi lebih berwarna dan ceria.
3. Keluarga saya, yang selalu memberikan semangat dan masukan selama masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
4. Almameter saya, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
6. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Singgih Setiawan, M.M, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran

untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan sampai penyelesaian skripsi ini.

7. Dosen Pembimbing Akademik saya Bapak Aenurofik, M.A, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulisan dalam kelancaran skripsi ini.
8. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Akademik, yang telah membantu dalam kelancaran Administrasi dan penulisan skripsi ini, serta memberikan dukungan arahan dan semangat dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
9. Kepada Manajer Bapak Herwanto, S.M, dan Ibu Tiya Bidayatul H. selaku Asisten Bidang Simpanan BMT Nusa Kartika yang sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di instansi tersebut.
10. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2020 khususnya kelas Perbankan Syariah B, kelas yang sangat unik dan asik yang sudah telah memberikan warna dan semangat di hidup saya dan semua kenangan yang tidak akan pernah terlupakan.



ABSTRAK

ANISA FITRI, Pengaruh Media Promosi, Kualitas Produk, dan *Service Excellent* Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Serba Guna (Studi KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan).

Keputusan memilih adalah pendekatan penyelesaian masalah kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media promosi, kualitas produk dan *service excellent* terhadap keputusan memilih tabungan serba guna (SABANA) di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan dengan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 91 responden dengan menggunakan teknik non *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media promosi yang digunakan manajemen KSPPS BMT Nusa Kartika berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih jenis tabungan serba guna (SABANA), variabel kualitas produk yang terdapat pada jenis tabungan serba guna (SABANA) mempengaruhi keputusan nasabah secara positif, dan variabel *service excellent* yang dilakukan manajemen KSPPS BMT Nusa Kartika berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih jenis tabungan serba guna (SABANA), Variabel media promosi, kualitas produk dan *service excellent* jika diuji secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan serba guna (SABANA) di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan.

Kata Kunci : Media Promosi, Kualitas Produk, Service Excellent dan Keputusan Memilih Tabungan



ABSTRACT

ANISA FITRI, The Influence of Promotional Media, Product Quality, and Service Excellent on the Decision to Choose Multipurpose Savings (Study of KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa, Pekalongan)

The decision to choose is a problem-solving approach to human activities to purchase goods or services that can fulfill consumer desires and needs. The purpose of this study is to determine the influence of promotional media, product quality and excellent service on the decision to choose multipurpose savings (SABANA) at KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa, Pekalongan Regency.

This research is a quantitative study. Data collection used a questionnaire. A sample of 91 respondents was selected using a non-probability sampling technique with accidental sampling. The data analysis used multiple linear regression with SPSS 22.0.

The results of the study show that The promotional media variabels used by the management of KSPPS BMT Nusa Kartika has a positive influence on customer decisions in choosing the multi-purpose savings type (SABANA), The quality of the products variabels in the multi-purpose savings type (SABANA) has a positive influence on customer decisions, and The excellent service variabels provided by the management of KSPPS BMT Nusa Kartika has a positive influence on customer decisions in choosing the multi-purpose savings type (SABANA), Promotional media, product quality and excellent service variabels when tested simultaneously influence customer decisions in choosing multi-purpose savings (SABANA) at KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa, Pekalongan Regency.

Keywords: Promotional Media, Product Quality, Service Excellent and Decision to Choose Savings.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, Taufik, Inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Media Promosi, Kualitas Produk, dan Service Excellent Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) (Studi pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa).

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'sum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menyetujui dalam penelitian ini.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan nasihat kepada Mahasiswa termasuk penulis.
4. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Singgih Setiawan, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah memberikan motivasi, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran guna

mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Aenurofik, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah mengarahkan penulis dari awal masa perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan.
7. Anggota Tabungan Sabana di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Keluarga tercinta, kedua orang tua, suami, anak, dan kakak saya serta orang yang saya sayangi yang senantiasa memberikan support, semangat dan Do'a-Nya sehingga saya bisa mencapai gelar sarjana dengan lancar dan barokah.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.wb.

Pekalongan, 27 Januari 2026



Anisa Fitri
NIM.4220063

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxv
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASASAN TEORI.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Media Promosi	16

3. Kualitas Produk.....	25
4. Service Excellent.....	31
5. Keputusan Anggota Memilih Tabungan	40
6. Pengertian Nasabah dan Anggota	48
B. Telaah Pustaka	52
C. Kerangka Berfikir.....	65
D. Hipotesis Penelitian	66
1. Pengaruh Variabel Media Promosi dengan Variabel Keputusan Memilih Tabungan	66
2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Keputusan Anggota Memilih Tabungan	67
3. Pengaruh Variabel <i>Service Excellent</i> dengan Variabel Keputusan Anggota Memilih Tabungan	68
4. Pengaruh Variabel Media Promosi, Kualitas Produk, dan <i>Service Excellent</i> Variabel Keputusan Anggota Memilih Tabungan	69
BAB III METODE PENELITIAN.....	71
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	71
B. Variabel Penelitian	71
C. Setting Penelitian	72
D. Populasi dan Sampel.....	72
E. Variabel Penelitian	74
F. Jenis dan Sumber Data	79
G. Teknik Pengumpulan Data.....	79
H. Teknik Analisis Data.....	81
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	88

A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	88
1. Profil KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa.....	88
2. Visi dan misi KSPPS BMT Nusa Kartika.....	90
3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Nusa Kartika	91
B. Deskripsi Data	92
1. Deskripsi data penelitian	92
2. Karakteristik responden	93
C. Analisis Data	101
1. Uji Instrumen	101
2. Uji Asumsi Klasik.....	104
3. Analisis Regresi Linier Berganda	111
4. Uji hipotesis	113
D. Pembahasan.....	117
BAB V KESIMPULAN.....	142
A. Kesimpulan.....	142
B. Implikasi Praktis	144
C. Keterbatasan Rekomendasi Penelitian.....	145
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	156

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berlandaskan pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut dapat 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 yang terlihat dalam kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

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

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِي ...	Fathah dan ya	Ai	a dani
ـِو ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ

- kataba

فَعَلَ	- fa'ala
ذَكَرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سَأَلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَؤُلَ	- haula

3) Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...آ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...إ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...ؤ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قِيلَ - qīla

4) Ta'marbuṭah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

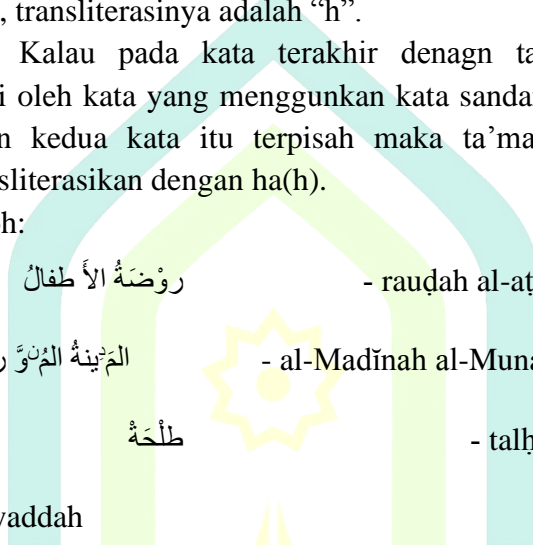
Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah “t”.

b. Ta'marbutah mati

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

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 ha(h).

Contoh:



رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
طَلْحَةُ	- talḥah

c. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَلَ	- nazzala
الْبَّ	- al-birr

- al-ḥajj

الْحَجَّ

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sembarang.

d. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: تَوَكَّلْنَا s - ta'khuzūna
 - an-nau'
 أَكَلْنَا - akala - أميرتُ - umirtu - إِنَّ شَيْئًا - syai'un

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَوَ خَيْرٌ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْكَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاسِبٌ عَدْلٌ

Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a

ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a
 ilaihi sabīlā

10. 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:

وَمَا مُمَدِّدٌ إِلَّا رَسُولٌ ل	Wa mā Muhammadun illā rasul
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لِلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna valabaitinwuḍi' alinnāsilallażibibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīh al-Qur'ānu Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīhil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

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

Contoh:

نصْرُ رَمَانَ اللَّهِ وَفَتْحِ قَرِيْبِ Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمَعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

11. 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 di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

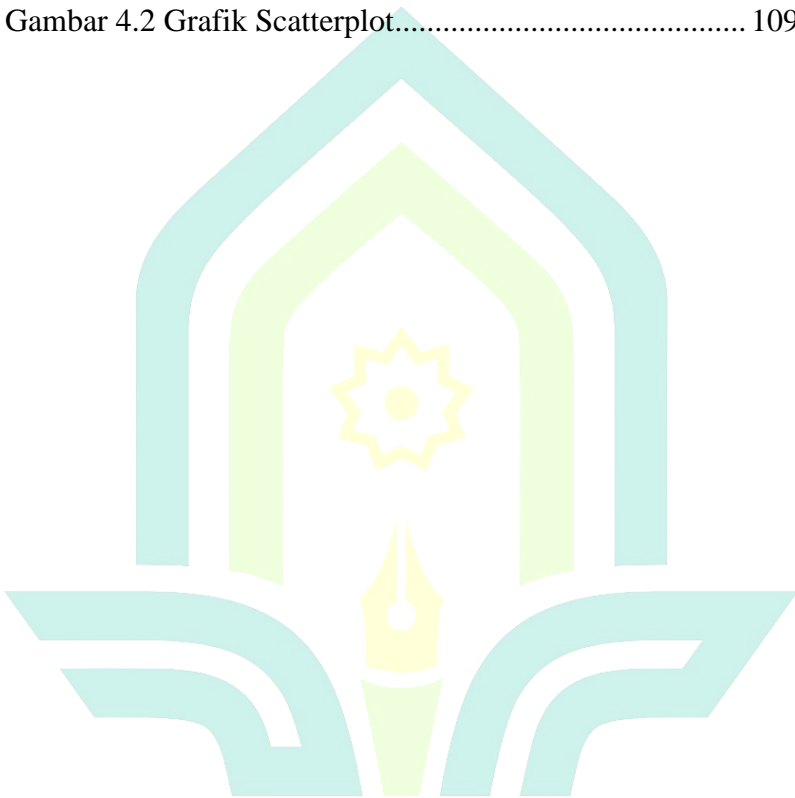
Tabel 1.1 Jumlah Anggota Produk Tabungan Sabana (Serba Guna) di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan	6
Tabel 1.2 Jumlah Anggota yang Menggunakan Produk di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan	8
Tabel 2.1 Jenis Media Promosi	19
Tabel 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	55
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	75
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabl 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	97
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	99
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung	102
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	103
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	98
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	107
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	108
Tabel 4.11 Hasil uji Linearitas	110
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	111

Tabel 4.13 Hasil uji t parsial..... 113
Tabel 4.14 Uji Simultan F 116
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)... 117



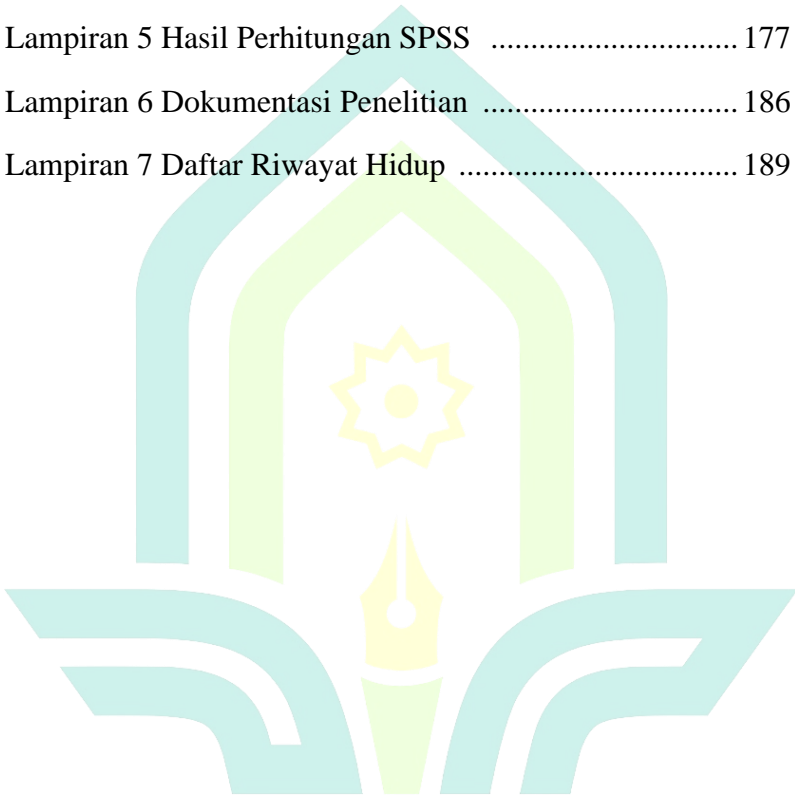
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Syariah	2
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	65
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot	106
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	109



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	156
Lampiran 2 Surat izin Penelitian	157
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	158
Lampiran 4 Data Mentah Penelitian	164
Lampiran 5 Hasil Perhitungan SPSS	177
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian	186
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	189



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia tidak lepas dari banyaknya masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Masih sedikit masyarakat yang belum mengenal produk yang ditawarkan pada lembaga syariah selain untuk menghindari adanya unsur riba. Padahal juga terdapat produk dan fasilitas di bank syariah yang tidak kalah unggul dengan bank konvensional (Rachmawati & Widana, 2019). Dimana lembaga keuangan syariah selain tidak adanya bunga, lembaga keuangan syariah identik dengan sistem bagi hasil (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Dilihat dari masih rendahnya kenaikan *market share* lembaga syariah di Indonesia hanya 2,5% pada Oktober 2025 menurut KNEKS menjadi 30,3% maka hal ini mengindikasikan kurang maksimalnya lembaga syariah dalam menjangkau dan melayani konsumen unbankable di berbagai wilayah di Indonesia. Oleh karena itu, didirikanlah suatu lembaga keuangan mikro (LKM) syariah seperti BMT yang dapat menjangkau dan melayani nasabah pada masyarakat menengah kebawah atau unbankable, dengan munculnya lembaga keuangan mikro keuangan syariah ini akan memudahkan masyarakat di pedesaan dalam menggunakan jasa lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Syariah misalnya koperasi syariah atau BMT merupakan lembaga yang sangat membantu masyarakat dalam

kegiatan ekonomi masyarakat golongan menengah kebawah yang berdasarkan prinsip syariah (Susanti, 2022). Dengan adanya lembaga ini diharapkan juga membawa kesejahteraan untuk masyarakat menengah kebawah yang unbankable. Institusi ini juga bertanggung jawab atas pemeliharaan harta milik umum berdasarkan proses alokasi kepada yang berhak. Maka dalam menjalankan operasionalnya BMT dituntut suatu perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang agar tetap bertahan dan mengembangkannya. Perencanaan dan penyusunan ini biasa disebut dengan strategi (Rokhilawati, 2022).

Grafik 1. Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Syariah



Sumber. Roadmap Pengembangan dan Penguatan LKM 2024-2028, Otoritas Jasa Keuangan.

Grafik 1 di atas menunjukkan peningkatan jumlah lembaga mikro syariah termasuk koperasi syariah atau BMT dengan total akhir peningkatan menjadi 80 lembaga pada tahun 2023 dibandingkan 13 tahun 2016. Hal ini karena Baitul Maal Wattamwil (BMT) sebagai salah satu jenis LKM syariah memberikan suatu kemudahan bagi masyarakat di daerah pedesaan yang unbankable untuk menggunakan

jasa lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah, dimana tujuan utama BMT ini untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi pada masyarakat menengah ke bawah serta selain dalam melayani masyarakat di bidang keuangan. BMT juga harus meningkatkan kedekatan hubungannya dengan para anggota dan dilihat dari rendahnya pengetahuan masyarakat atau anggota tentang ekonomi islam tersebut. Suatu BMT itu juga berperan dalam memberikan suatu pengetahuan atau pemahaman kepada para anggota mengenai sistem serta produk-produk yang digunakan dalam BMT agar para anggota lebih mengetahui, walaupun sebagian besar sari mereka belum paham dengan ekonomi islam (Romdhoni & Sari, 2018)

Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha yang bersifat dinamis, selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu strategi pemasaran yang diterapkan seperti BMT juga harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba yang membutuhkan apa yang disebut dengan pemasaran.

Bentuk strategi pemasaran BMT yaitu promosi. Promosi sebagai aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk nasabah membelinya. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat produk dan jasa agar membeli produk yang ditawarkan (Adam, 2022). Hal

penting saat produk ditawarkan dengan promosi, produk akan menjadi patokan konsumen (Lubis & Hidayat, 2021).

Berbagai jenis produk tabungan yang BMT tawarkan menjadikan anggota bingung dalam pemilihan produk tabungan, kualitas produk memiliki arti penting bagi setiap perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak dapat melakukan transaksi apapun. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan bergantung dari kemampuan perusahaan tersebut. Semakin lengkap produk yang ditawarkan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk tersebut anggota cukup mendatangi koperasi tersebut (Hardana et al., 2022).

Selain kualitas, BMT juga harus memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen atau nasabah guna untuk memberikan kepuasan pelanggan dan mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut, atau disebut dengan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang memenuhi kebutuhan, keinginan nasabah dan menciptakan serta mempertahankan citra agar tidak mengecewakan konsumen atau nasabah guna mempertahankan loyalitas nasabah agar tetap berlangganan pada produk atau layanan yang dipilih oleh nasabah itu sendiri secara konsisten dengan kata lain agar nasabah bersikap positif dan setia terhadap produk atau jasa yang disediakan Bank tersebut (Ilfatul Muzarkosah, 2022).

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Nusa Kartika adalah koperasi salah satu lembaga yang menerapkan prinsip syariah.

KSPPS BMT Nusa Kartika adalah koperasi yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dan menyalurkannya melalui Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Sistem/Pola Syariah dari dan untuk anggota koperasi, calon anggota koperasi dan koperasi lain dan atau anggotanya. Koperasi ini dirintis pada tanggal 19 Oktober 2009 dalam bentuk KSU Nusa Kartika oleh Demisioner kepengurusan PAC IPNU IPPNU Kecamatan Wiradesa sebagai upaya mewujudkan kemandirian ekonomi anggota dan untuk mengakomodir perekonomian warga nahdliyyin. Dengan alasan mendasar bahwa pada saat itu Nahdlatul Ulama Kecamatan Wiradesa tidak mempunyai lembaga keuangan.

Tabel 1.1
Jumlah Anggota yang Menggunakan Produk di KSPPS
BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan

Tahun	Jumlah Anggota
2022	1.813
2023	1.256
2024	1.802

Sumber: Data Sekunder dari KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwasanya secara umum kinerja yang didasarkan pada banyaknya jumlah anggota koperasi mengalami penurunan meskipun sempat menaik. Jumlah anggota koperasi syariah ini turun sebanyak 557 anggota dari tahun 2022 ke tahun 2023 kemudian mengalami pemulihan dengan peningkatan sebanyak 546 pada tahun 2024 yang menunjukkan kenaikan anggota

mengalami perbaikan namun belum balik ke titik awal karena cenderung lebih rendah. Anggota merupakan peranan penting dalam berjalannya suatu kegiatan koperasi untuk mencapai tujuannya tersebut (Lutfiyani & Soliha, 2019). Dengan semakin sedikitnya jumlah anggota hal ini bisa berdampak pada produk jasa yang perusahaan tawarkan sehingga menurunkan jumlah dana pihak ketiga dan berpotensi mendorong semakin rendahnya profitabilitas koperasi.

KSPPS BMT Nusa Kartika memiliki berbagai jenis produk jasa, salah satunya produk Tabungan Sabana, yaitu tabungan yang mudah, halal, dan aman yang bisa disetorkan kapan saja dengan awal setoran minimal Rp. 50.000 dan untuk biaya admin sebesar Rp. 50.000. Dan telah ada beberapa inovasi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Nusa Kartika yaitu anggota sudah bisa setor melalui aplikasi yang bernama BMT Mobile Banking. Dengan kemudahan tersebut, para anggota tidak perlu datang langsung dan mengantri di kantor dan dapat mempersingkat waktu. Berikut merupakan perkembangan jumlah pengguna produk ini.

Tabel 1.2
Jumlah Anggota Produk Tabungan Sabana (Serba Guna) di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan

Tahun	Jumlah
2022	437
2023	310
2024	248

Sumber: Data Sekunder dari KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan

Berdasarkan dari tabel 1.2 diatas menunjukkan perkembangan jumlah anggota pada tabungan serba guna yang mengalami penurunan dari 3 tahun terakhir 2022-2024. Tahun 2022 sebesar 437 anggota, tahun 2023 sebanyak 310 anggota dan tahun 2024 sebesar 248 anggota. Untuk produk tabungan serba guna sendiri dari tahun ke tahun mengalami penurunan karena adanya pandemi covid-19 sehingga daya beli anggota juga menurun dan lebih fokus ke kebutuhan pokok. Selanjutnya ada masa relaksasi saat pandemi dari pihak BMT tersebut mengurangi beberapa pemasaran salah satunya yang terdampak untuk produk tabungan serba guna. Sehingga keputusan daya beli sejak waktu pandemi mulai menurun dan melihat dari pendapatan masyarakat yang berkurang karena banyaknya PHK masal yang dilakukan sebuah instansi tertentu dari masyarakat yang bekerja, akhirnya dari pihak BMT juga memfokuskan ke produk permodalan dan sambil menunggu keadaan semakin membaik (Azka & Hardiwinoto, 2018).

Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang akan digunakan sebagai landasan dalam mengetahui pengaruh keputusan memilih tabungan serba guna di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan. Adapun variabel dalam penelitian ini meliputi promosi, kualitas produk, *service excellent* dan keputusan memilih tabungan Serba Guna (SABANA).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu dengan adanya berbagai perbedaan temuan data terkait variabel yang diteliti. Berdasarkan penelitian

sebelumnya yang dilakukan Hakiki (2022) bahwa promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di BMT. Azizah et al. (2023) juga mendapatkan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan (Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo, 2019). Namun Trimulato (2022) memiliki temuan berbeda dimana hasil yang disampaikan bahwasanya variabel promosi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk jasa tabungan.

Kemudian *gap research* pada variabel selanjutnya dimana penelitian oleh Farida dan Mahfud (2021), Salam (2023), dan Susanti et al. (2020) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah (Tatia et al., 2023). Meskipun begitu, penelitian oleh Winanti et al. (2021) menunjukkan variabel kualitas produk tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk jasa tabungan di BMT.

Gap research terakhir pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprilia (2019) menemukan bahwa pelayanan prima berdampak positif pada pertimbangan pelanggan. Penelitian Salam (2023) dan Solikah (2019) juga menyatakan bahwasanya pelayanan yang dilakukan manajemen memiliki hubungan positif dan signifikan (Hasyim & Utami, 2025). Sari et al. (2021) mendapatkan hasil faktor pendorong yang mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan. Yansyah (2021) bahwa pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan minat nasabah. Namun penelitian oleh Pramadhani (2023) menghasilkan

variabel *service excellent* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media promosi, kualitas produk, dan *service excellent* terhadap pemilihan tabungan berdasarkan adanya perbedaan pada *gap research* sebelumnya dengan pembaruan pada lokasi regional terdekat peneliti yaitu koperasi syariah KSPPS BMT Nusa Kartika di Kab. Pekalongan. Adapun promosi yang diadakan oleh koperasi dengan cara memberikan informasi kepada para anggota akan menarik anggota dalam pemilihan tabungan. Dengan adanya kualitas produk yang baik, maka nasabah akan mengetahui dan setia terhadap produk yang ditawarkannya, sehingga anggota tidak akan lari ke lembaga keuangan lainnya. *Service Excellent* atau pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan secara terarah dan positif akan memberikan dampak positif terhadap anggota dalam pemilihan tabungan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang media promosi, kualitas produk, dan *service excellent* yang ada di KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti lebih lanjut dengan judul “**PENGARUH MEDIA PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN SERVICE EXCELLENT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH TABUNGAN SERBA GUNA (SABANA) (Studi Pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah media promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah *service excellent* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah media promosi, kualitas produk, dan *service excellent* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hal yang sangat berguna untuk mencapai sebuah target penelitian. Karena suatu penelitian tanpa adanya suatu tujuan akan menghasilkan suatu hasil yang jauh dari keinginan. Dalam penelitian ini penulis mempunyai tujuan yang akan dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh media promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan

2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *service excellent* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan media promosi, kualitas produk, dan *service excellent* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan Serba Guna (SABANA) pada KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Kabupaten Pekalongan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan memberi manfaat bagi orang lain, adapun manfaat yang dapat diberikan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sejenis dalam rangka meningkatkan pengetahuan memilih dan menggunakan produk tabungan haji dan umroh.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis

- Penulis mendapatkan ilmu pengetahuan secara langsung praktiknya, selama ini hanya melalui teori saja.
- Penulis juga mendapat berbagai manfaat dari penelitian ini

- b. Bagi mahasiswa
 - Menambah wawasan bagi mahasiswa dan mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan analitis yang penting dalam memecahkan masalah kompleks.
- c. Bagi universitas
 - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan khususnya bagi peneliti serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika yang ada untuk mendapatkan garis besar serta informasi yang jelas tentang penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti.

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang peristiwa dari sebuah permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti dan perumusan masalah yang kemudian dilanjutkan dengan adanya batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang penjelasan dari teori-teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung penelitian ini, telaah pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisikan mengenai metode penelitian berupa jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel,

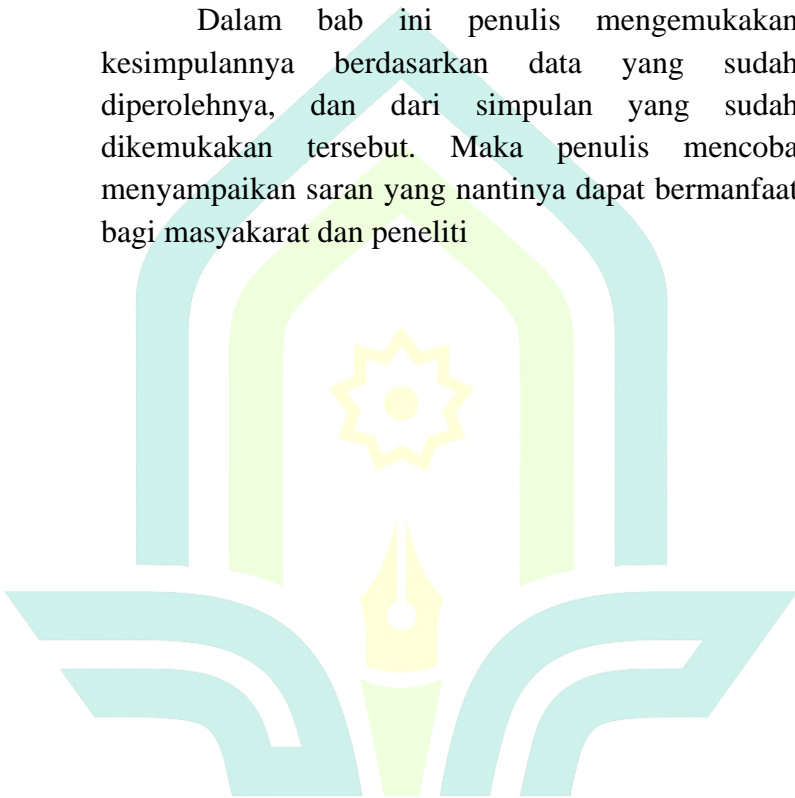
definisi variabel operasional, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisikan mengenai deskripsi objek penelitian dari hasil pengumpulan analisis data, deskripsi data, teknik analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulannya berdasarkan data yang sudah diperolehnya, dan dari simpulan yang sudah dikemukakan tersebut. Maka penulis mencoba menyampaikan saran yang nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat dan peneliti



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang didapat dan setelah melalui proses pengolahan dan analisis data serta pembahasan pengaruh media promosi, kualitas produk dan *service excellent* terhadap keputusan memilih tabungan serba guna (SABANA) (Studi kasus pada BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan serba guna (SABANA). Hal ini menunjukkan bahwa manajemen dalam menjalankan promosi secara intensif pada aspek periklanan, penjualan pribadi, humas, dan promosi penjualan berdampak pada peningkatan minat dan keputusan nasabah untuk memilih tabungan ini, sehingga media promosi tersebut menjadi faktor penting strategi pemasaran BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk jasa tabungan serba guna (SABANA) di BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan. Hal ini mengindikasikan pengelolaan jasa tabungan serba guna terkait pelayanan, daya tahan, dan ketahanan yang dilakukan manajemen sangat diperhatikan nasabah. Sehingga semakin baik persepsi nasabah atas kualitas tabungan ini, maka semakin besar mereka memilihnya dibandingkan produk lembaga keuangan lain.

3. *Service excellent* (pelayanan prima) memiliki pengaruh secara positif atas keputusan nasabah memilih tabungan serba guna (SABANA) di BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan. Hal ini menunjukkan manajemen dengan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, serta tanggung jawab yang dilakukan sebagai bentuk layanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah menjadi penentu dalam membangun keputusan nasabah yang menekankan pentingnya kepercayaan maupun kepuasan pelanggan.
4. Media Promosi, Kualitas Produk, dan *Service Excellent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan serba guna (SABANA) di BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan. Hal ini menunjukkan pengintegrasian strategi atas berbagai penggunaan media promosi, peningkatan kualitas produk, serta pelayanan prima yang dilakukan manajemen, merupakan kunci utama dalam keberhasilan mempengaruhi nasabah dalam memilih tabungan ini sehingga hal tersebut berdampak positif pada keberlangsungan bisnis perusahaan dalam keunggulan daya saing serta bertambahnya nasabah tabungan serba guna (SABANA) di BMT Nusa Kartika Wiradesa Kab. Pekalongan.

B. Implikasi Praktis

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dibahas pada sebelumnya, maka implikasi praktis sebagai berikut:

1. Peneliti merekomendasikan implikasi yang dapat diterapkan kepada manajemen perusahaan dengan mengintensifkan dan mengembangkan berbagai penggunaan media dalam mempromosikan tabungan tersebut karena media promosi yang dilakukan sebelumnya berpengaruh atas keputusan nasabah. Sehingga pengembangan seperti diversifikasi saluran promosi secara konvensional seperti penggunaan brosur, *join event*, *gathering* hingga secara online yang tak terbatas pada media instagram, tiktok, dan lain sebagainya dapat diaplikasikan secara berkelanjutan pada perusahaan dalam meningkatkan periklanan produk tabungan yang lebih menonjol dengan menggunakan iklan yang kreatif, inovatif serta cerdas dan dapat menunjukkan manfaat serta keuntungan dari produk setiap tabungan yang ditawarkan sehingga dapat menarik anggota untuk menabung dengan waktu jangka panjang.
2. Peneliti merekomendasikan implikasi praktis kepada manajemen didasarkan simpulan keputusan nasabah juga dipengaruhi oleh kualitas produk jasa dan pelayanan maka manajemen BMT supaya terus mengembangkan fitur tabungan serba guna tersebut dan pelayanan yang dilakukan, termasuk layanan yang ramah maupun membangun ekosistem komplain yang responsif atas masalah nasabah kemudian peningkatan fitur

diantaranya fleksibilitas akses pada mobile sederhana maupun akses yang mudah saat setoran/penarikan hingga imbal hasil didasarkan prinsip mudharabah/murabahah yang kompetitif.

C. Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dibahas pada sebelumnya, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Keterbatasan penelitian ini terletak pada data yang dikumpulkan pada satu periode waktu tertentu saja, selama survei berlangsung, sehingga kurang mampu menggambarkan jika terjadi perubahan perilaku nasabah dari waktu ke waktu, misal adanya perubahan kondisi faktor eksternal seperti perlambatan ekonomi, krisis kesehatan, atau regulasi OJK. Maka penelitian ini merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian longitudinal supaya bisa memberikan gambaran yang lebih dinamis.
2. Bagi penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat lebih dikembangkan dan disempurnakan lagi, karena penelitian ini memiliki hanya menggunakan tiga variabel yaitu, media promosi, kualitas produk, dan *service excellent* untuk mengetahui pengaruh terhadap keputusan memilih tabungan. Maka penelitian ini merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya bisa dapat menambahkan dengan variabel lain seperti lokasi, *brand image*, *personal seling* dan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12 No. 1((1)), 32–39.
- Adam, M. (2022). *Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. I*, 107–132.
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*.
- Akbar, G., Saputra, G., Supriyadi, D., & Setiawan, R. (2026). *The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Retention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable*. 6, 367–382.
- Ambarwati, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening Study pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gubug*. IAIN Salatiga.
- Aprilia, S. (2019). *Pengaruh Word of Mouth Promotion dan Service Excellent terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. IAIN Tulungagung.
- Aziz, N., & Vito Shiga Hendrastyo. (2019). Pengaruh Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3.
- Azizah, N., Kusriani, R., & Masturo, K. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah

- dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Indonesia (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 2). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 629–639.
- Azka, W. K., & Hardiwinoto, R. E. W. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada perbankan syariah di Indonesia Periode 2011-2016. *Porseding Seminar Nasional Mahasiswa Unimus*, 1, 418–424.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22 (1).
- Barata, A. A. (2014). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Edisi 1).
- Brahim, N. E., & Muh. (2019). *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Andi.
- Buchari, A. (2003). *Pengantar Bisnis*.
- Darma Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia).
- Dermawan, L. (2023). *Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1*.
- Farida, B. S., & Mahfud, Y. (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), 348–356.

Fauziyah, R. N. (2021). *Servive Excellent*. Gramedia.

Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (5th ed.).

Ghozali, M. (2021). Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 65.

Hakiki, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah memilih tabungan Mudharabah di BMT Agromadani Rokan Hilir*.

Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Marsharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828–838.

Hariputra. (2022). Analisis Sistem Antrian dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Menggunakan Metode Accidental Sampling. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 4, 70–75.

Harjadi, D., & Iqbal, A. (2021). *Experimental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan General Milenial* (Insania).

Hasyim, S. H., & Utami, S. (2025). *The Effect of Service Quality , Promotion , and Customer Satisfaction on Wizzmie Purchase Decisions in Makassar City*. 04(06), 814–827.

- Inarotul Hidayah, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu*. 82.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. In *Unitomo Press*.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan* (12th ed.).
- Khaira, S. M. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT. HNI HPAI). *Journal Of Managemen, Accounting, Economic, and Business*, 1(2).
- Khairunnisa, & Kevin, R. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Simpedes dan Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat*. 1 (1).
- Khasanah, U. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Ijarah di KSPPS BMT BEE MASS NGRAMBE*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi Ke-1).
- Kulsum, U., Aulia, F. U., & Robbaniyah, V. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep*. 4(1).
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia. *Proseding*

Seminar Nasional Humanis.

- Lestari, D. (2019). *Peran Pembiayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Tingkat Pendapatan Ukm (Studi Kasus di Kspps BMT Pekalongan Cabang Kedungwuni).*
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Konsumen Memilih Jasa Pengiriman. *Journal Management and Business Review*, 5(1), 29–39.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Paper, September.*
- Makuan, D. D. ., Tampi, J. R. ., & Moweh, F. . (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Maula, F. N. (2021). *Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo).*
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko Florensia. *Jurnal Martua*, 3 (1), 17.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7 (2).
- Nasution, A. ., Putri, L. P., & Lesmana, M. . (2019). Analisis

- Pengaruh Harga, Pro,osi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kinsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1*, 194–199.
- Nasution, M. D. H., Harahap, R. D., & Atika. (2025). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Promotion on Saving Decision Making in Islamic Banks For UIN North Sumatra Students*. 4(3).
- Prabawani, B., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 96–105.
- Pramadhani, A. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth dan Excellent Service Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan di BPRS Suriyah Cilacap*.
- Pratama, V. Y., Devy, H. S., & Rizkulillah, C. A. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Nasabah Anggota Koperasi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2((1)), 138–151.
- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2019). Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 51–62. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i6.2019.393>
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank

- Syariah. *Jurnal Liquidity*, 8, 113–123.
- Rangkuiti, F. (2010). *Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*.
- Rokhilawati, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah Di Bmt Nusantara Cabang Glenmor. *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 1–11. <http://ejournal.iaiibrahimy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1512/885>
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Saida, Z. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik*. 30.
- Sakiya, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Seling Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabah di KSPPS Baitul Mal Wa Tamwil Nuansa Ummat Kantor Cabang Pakong Pamekasan*.
- Salam, S. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada*

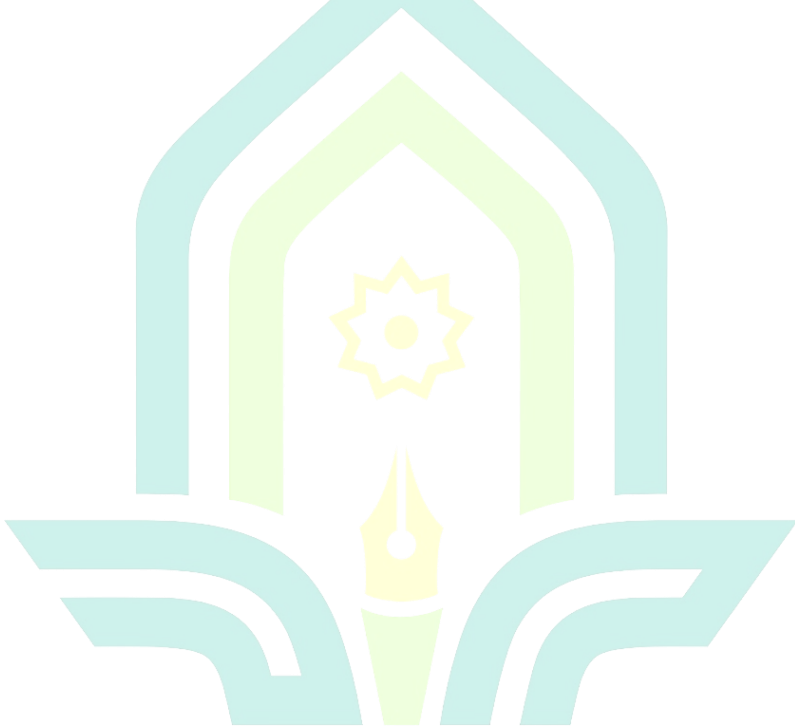
Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Serang Ahmad Yani I.

- Sari, N., Lika Annisa, & Eka Nurlina. (2021). Analisis faktor pendorong minat nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 6, 124–141. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v6i2.3549>
- Sarmigi, E., Fitria, S., Wahyuni, E. S., & Ashari, A. D. (2023). *Students ' Interest in Using SIPINTAR Savings Products from PT . Kerinci Community Development Cooperative Bank : A Review of Promotion and Service Quality*. 02(2), 113–122.
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Sholihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Solikah, I. M. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Ponorogo*.
- Sujarweni. (2021). N. In *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (PUSTAKABAR).
- Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Anggota BMT UGT Nusantara Cabang Glenmore. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3, 116.

- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hamzah, N. M. (2020). Pengaruh Faktor Keluarga, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Konvensional (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Darussalam). *Malia (Terakreditasi)*, 11(2)(221–240).
- Tabelessy, W. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Ambon. *Jurnal Soso-Q*, 8(1), 96–112.
- Tatia, N. S., Barkah, Purmono, B. B., Heriyadi, & Saputra, P. (2023). *Influence of Product Quality and Service Quality on Pizza Hut Customer Satisfaction Mediated by Purchase Decision*. 12(04), 1889–1901.
- Trimulato, A. A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan di BMT Alif Mandiri Makassar. *Journal of Finance Adn Business Digital*, 1 (2).
- Warsito, C. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online* (CV. Litera).
- Wati, N. P. W. R., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Service Excellent Service dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT. Nusa Trans Bali di Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Pariwisata*, 1 (4), 1230–1239.
- Winanti, W., Nurbaeti, A., Bahri, S., & 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.

Wulandari, D. (2019). *Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT AL HASANAH Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur*. IAIN Metro, Lampung Timur.

Yansyah, N. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Fulnadi Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Banda Aceh*.



Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

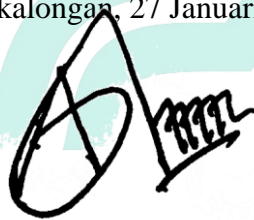
A. Identitas

1. Nama : Anisa Fitri
2. Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 21 Januari 2002
3. Alamat Rumah : Dk. Gentongwungu
Kec. Sragi Kab. Pekalongan
4. Nomor handphone : 087749043301
5. Email :
anisaftr121@gmail.com
6. Nama Ayah : Bambang Kartiko
7. Pekerjaan Ayah : Buruh Pabrik
8. Nama Ibu : Nurhayati
9. Pekerjaan Ibu : -

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N 2 Sragi (2007-2014)
2. SMP : SMP N 1 Siwalan (2014-2017)
3. SMK : SMK N 1 Sragi (2017-2020)

Pekalongan, 27 Januari 2026



Anisa Fitri