

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
DI BANK JATENG SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Solo Raya)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

KIKI KATRI NURKAYATI

NIM 19.52.31.294

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA**

2023

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA SOLO RAYA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

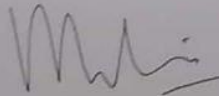
KIKI KATRI NURKAYATI

NIM 19.52.31.294

Sukoharjo, 22 September 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



MELIA KUSUMA, SE., M.M

NIK. 1981060820170102147

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kiki Katri Nurkayati

NIM : 19.52.31.294

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA SOLO RAYA)** ”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya, apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 22 September 2023



Kiki Katri Nurkayati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kiki Katri Nurkayati

NIM : 19.52.31.294

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA SOLO RAYA)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Dengan surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 22 September 2023



Kiki Katri Nurkayati

Melia Kusuma, SE., M.M
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Kiki Katri Nurkayati

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Kiki Katri Nurkayati NIM : 19.52.31.294 yang berjudul :

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA SOLO RAYA)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 22 September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



MELIA KUSUMA, SE., M.M

NIK. 1981060820170102147

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
DI BANK JATENG SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Solo Raya)


Oleh:

KIKI KATRI NURKAYATI
NIM. 19.52.31.294

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Kamis tanggal 05 Oktober 2023 M /19 Rabiul Awal H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

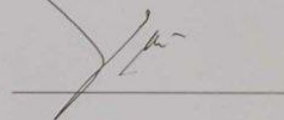
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rahmawati Khoiriyah, M.E.
NIP. 19921127 202012 2 022



Penguji II
Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I.
NIP. 19640101 199403 2 002

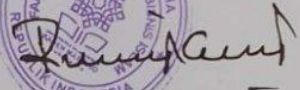


Penguji III
Supriyanto, M.Ud.
NIP. 19860306 201503 1 005



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

"Maybe I made a mistake yesterday, but yesterday's me is still me. I am who I am today, with all my faults. Tomorrow I might be a tiny bit wiser, and that's me, too. These faults and mistakes are what I am, making up the brightest stars in the constellation of my life. I have come to love myself for who I was, who I am, and who I hope to become."

(Kim Namjoon- BTS)

Usaha dan doa tergantung pada cita-cita.

Manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.

(Maulana Jalaluddin Rumi)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil alamin, puji dan syukur terucap kepada Allah *Subhanahu wa'taala* yang telah memberikan pengampunan, pertolongan, petunjuk dan ilmu pengetahuan melalui dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Penyelesaian skripsi ini wujud doa, dukungan, bantuan secara moril maupun materil, dengan hal ini persembahkan khususnya kepada :

1. Kedua orang tuaku, bapak Sukadar dan ibu Katinah yang memberikan atas kasih sayang, pengorbanan, nasehat dan doa melimpah untuk anakmu tanpa batas.
2. Saudara tersayangku, Koko Yulianto dan Kenzo Khoiril Anwar yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
3. Ibu Melia Kusuma, SE., M.E selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
4. Dosen-dosen UIN Raden Mas Said Surakarta, khusus dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
5. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa perbankan syariah 2019 yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
6. Serta nama-nama lain yang telah hadir menemani perjalanan perkuliahan dan proses penelitian, Semoga kasih sayang Allah *Subhanahu Wataala* Tuhan Yang Maha Kuasa selalu bersama kita semua.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta tempat untuk menimba berbagai ilmu dan pengalaman yang tidak bias diputar kembali untuk bekal kehidupan pasca kuliah.

Terima kasih kuucapkan kepada semua perhatian dari awal perkuliahan sampai terselesainya skripsi ini. Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang begitu dalam untuk seluruh pihak dan semoga selalu dalam keadaan sehat dilindungi Allah *Subhanahu Wataala aamiin*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Jateng Syariah (Studi Pada Mahasiswa Solo Raya)”.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I, Selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Rais Sani Muharrami, S.E., M.E. Selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Yulfan A Nurrohman, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Ibu Melia Kusuma, SE., M.E. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bank Jateng Kantor Cabang Syariah Surakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan wawancara.
9. Kedua orang tua ku, Bapak Sukadar dan Ibu Katinah tercinta yang memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang yang tiada habisnya.
10. Sahabat-sahabatku Niken Handayani dan Siska Debby Rahmawati yang telah memberikan semangat, dukungan serta doa.
11. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan keceriaan kepada penulis dalam menempuh studi di UIN Raden Mas Said Surakarta.
12. Semua orang yang membantu terselesainya skripsi ini, serta orang baik lainnya yang selalu memberikan energy positif.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. *Aamiin*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 22 September 2023

Penulis

ABSTRACT

This research aims to determine the variables of service quality and promotion on the savings decisions of Solo Raya students. The population in this study were students who used Bank Jateng Syariah savings accounts and lived in Solo Raya. The sampling technique used in this research was the purposive sampling method. This sampling technique obtained a research sample of 100 respondents. The research method used in this research The research method used in this research is a quantitative research method using multiple linear regression analysis techniques. Meanwhile, for data processing itself, use the SPSS Version 22.0 for Windows program.

The results of multiple regression analysis of the service quality variable show that service quality has a positive and significant influence on customers' decisions in using Bank Jateng Syariah savings. The promotion variable shows a positive and significant influence on customers' decisions to use Bank Jateng Syariah savings. So in this study the two variables used have a positive and significant influence on customers' decisions to use Bank Jateng Syariah savings.

Keywords: *Service quality, promotions and savings decisions*

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan menabung mahasiswa Solo Raya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan tabungan rekening Bank Jateng Syariah dan berdomisili di Solo Raya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel ini memperoleh sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sedangkan untuk pengolahan data sendiri menggunakan program SPSS Versi 22.0 for windows.

Hasil dari analisis regresi berganda dari variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah. Variabel promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah. Jadi dalam penelitian ini dua variabel yang digunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Promosi dan keputusan menabung

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Jadwal Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16

2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	16
2.2 Bank Syariah.....	17
2.3 Bank Jateng Syariah	19
2.4 Kualitas Layanan	25
2.5 Promosi.....	26
2.6 Keputusan Menabung	28
2.7 Mahasiswa Solo Raya.....	30
2.8 Penelitian Terdahulu	31
2.9 Kerangka Berfikir	35
2.10 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	39
3.4 Data Dan Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Variabel Penelitian	42
3.7 Definisi Operasional Variabel	43
3.8 Teknik Analisa Data	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Pengujian Dan Hasil Analisis Data	54
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	67
5.3 Saran-saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Kelembagaan Perbankan Syariah di Indonesia	2
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Tabungan Bank Jateng Syariah	4
Tabel 1.3 Daftar Bank Jateng Syariah.....	5
Tabel 1.4 Data Pembayaran UKT UIN Raden Mas Said Surakarta	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala Likert	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Asal Kampus.....	51
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Agama.....	52
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Determinan (R ²).....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik T.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	35
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	74
Lampiran 2 Kuisioner Penelitian.....	75
Lampiran 3 Data Penelitian.....	82
Lampiran 4 Rekap Data Penelitian	87
Lampiran 5 Hasil Output SPSS.....	95
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	103
Lampiran 7 Dokumentasi	104
Lampiran 8 Keterangan Turnitin.....	105
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan ekonomi Islam sangat pesat bisa dilihat dengan meningkatnya lembaga keuangan syariah didukung dengan adanya praktik-praktik dalam lembaga keuangan syariah dan publikasi mengenai prinsip-prinsip syariah. Sehingga peningkatan ini mengakibatkan persaingan terhadap kualitas layanan dan promosi terhadap lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah yang mengalami perkembangan secara signifikan salah satunya yaitu Bank Syariah.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbentuk jasa yang melaksanakan berbagai transaksi yang ada hubungannya dengan sistem keuangan (Hamdani, 2022). Sistem keuangan adalah tatanan perekonomian dalam suatu negara yang berperan melakukan aktifitas jasa keuangan yang di selenggarakan oleh lembaga keuangan di dalam negara tersebut (Muh. Arafah, 2019). Bank Syariah merupakan produk perbankan yang berlandaskan sistem perekonomian Islam mencakup syariat dan prinsip-prinsip syariah Islam (Saputri, 2022).

Bank Syariah memiliki tujuan yaitu menyediakan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan syariat dan prinsip-prinsip sistem keuangan Islam secara menyeluruh dimana bertujuan untuk membawa manfaat kepada masyarakat dalam kepemilikan dan kesejahteraan (Widodo, 2022). Dalam membawa kebermanfaatn, kepemilikan dan kesejahteraan tentu saja ada banyak upaya

yang dilakukan pihak Bank Syariah salah satunya bisa dilihat melalui perkembangannya.

Di Indonesia sendiri perkembangan Bank Syariah bisa dikatakan meningkat setiap tahunnya, melalui data statistik Perbankan Syariah yang dimuat dalam web OJK (Otoritas Jasa Keuangan) bisa dilihat perkembangannya dari tahun 2019-2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan Kelembagaan Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2019-2022

Indikator	Priode			
	2019	2020	2021	2022
BUS (Bank Umum Syariah)				
Jumlah Bank	14	14	12	12
Jumlah Kantor	1.919	2.034	2.035	2.036
UUS (Unit Usaha Syariah)				
Jumlah Bank	20	20	21	21
Jumlah Kantor	381	392	444	444
BPRS				
Jumlah Bank	164	163	164	164
Jumlah Kantor	617	627	659	662

Sumber: Data Statistik Perbankan Syariah, Otoritas Jasa Keuangan.

Sesuai dengan tabel di atas, pertumbuhan bank syariah (BUS, UUS, dan BPRS) di dasarkan pada penambahan dan pengurangan jumlah bank dan jumlah kantor 4 tahun terakhir (2019-2022). Pada tahun 2019 jumlah Bank Umum Syariah (BUS) adalah 14 dan jumlah tersebarnya kantor 1.919. Pada tahun 2020 jumlah BUS masih sama yaitu 14 sedangkan jumlah kantor mengalami peningkatan yaitu 2.034. Pada tahun 2021-2022 BUS mengalami penurunan yaitu 12 sedangkan jumlah kantor bertambah dari 2.035 menjadi 2.036.

Adapun perkembangan Bank Syariah pada Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2019-2022 mengalami penambahan yang awalnya pada tahun 2019-2020 ada 20 jumlah bank dan mengalami penambahan pada tahun 2021-2022 menjadi 21 bank. Sedangkan untuk jumlah kantor dalam UUS mengalami penambahan, pada tahun 2019-2020 yang awalnya 381 menjadi 392 pada tahun 2020 lalu pada tahun 2021-2020 mengalami penambahan sebanyak 444 jumlah kantor UUS.

Sementara itu pada indikator Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan, di mana yang awalnya berjumlah 164 bank menurun menjadi 163 bank di tahun 2020. Lalu pada tahun 2021-2022 mengalami penambahan yaitu 164 bank. Sedangkan untuk jumlah kantor yang tersebar pada BPRS setiap tahunnya mengalami penambahan pada tahun 2019 berjumlah 617 kantor, pada tahun 2020 mengalami penambahan menjadi 627 kantor, lalu meningkat lagi pada tahun 2021 menjadi 659 kantor dan pada tahun 2022 menjadi 662 kantor.

Peningkatan perkembangan lembaga keuangan syariah dapat kita lihat di tabel 1 mengenai lembaga keuangan syariah yang di mana terdiri dari bank umum syariah, usaha unit syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah berdasarkan UU No. 21 pasal 1 ayat 7 Tahun 2008 yang menjelaskan bank syariah merupakan bank yang di mana menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah serta menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan syariah (OJK, 2023).

Di Indonesia perbankan syariah pertama kali didirikan adalah Bank Muamalat pada tahun 1992 meskipun perkembangannya dibidang lambat jika dibandingkan dengan negara yang penduduknya kebanyakan muslim tapi di Indonesia perbankan syariah cepat berkembang juga. Pada tahun 1999 berkembang menjadi 3 unit (Muhith, 2012). Sedangkan untuk peresmian bank jateng syariah yaitu tanggal 26 april 2008 dan berkantor pusat di Semarang (Zamzami, 2022). Dalam membantu perkembangan ekonomi Islam maka Bank Jateng Syariah melakukan peningkatan terhadap layanan dan promosinya.

Dalam membantu perkembangan Ekonomi Islam dalam Bank Jateng Syariah dapat kita lihat dari data penggunaan produk tabungan yang dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 ada sebanyak 2.038.192 lalu pada tahun 2020 mengalami peningkatan penggunaan tabungan sebanyak 2.084.825. Dilanjutkan pada tahun 2021 dan 2022 juga mengalami peningkatan yaitu sebanyak 2.135.902 dan 2.457.178 maka dapat dikatakan dalam 4 periode jumlah pengguna tabungan semakin meningkat. Jenis produk tabungan yang di pakai bias kita lihat pada table 1.2 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Tabungan Bank Jateng Syariah
Periode 2019-2020**

Jenis Produk Tabungan	Periode			
	2019	2020	2021	2022
Tabungan iB Bima	750.963	762.239	756.678	957.820
Tabungan iB Tabungan Haji	747.790	723.485	788.617	891.075
Tabungan iB Amanah	167.789	161.342	159.238	217.553
Tabungan iB Rencana-KU	223.805	242.971	245.362	230.226

Simpanan Pelajar Ib	129.424	110.826	160.233	158.596
Deposito Ib	293	952	103	956
Giro iB	8	52	17	40
iB Investasi	1.257	1.227	1.256	912
iB Bima Emas	16.863	6.856	24.398	-
Total	2.038.192	2.084.825	2.135.902	2.457.178

Sumber: Laporan Tahunan Bank Jateng Syariah

Bank Jateng Syariah adalah perbankan yang tugas dan tujuannya sama seperti Bank Syariah lainnya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana. Unit Usaha Bank Syariah merupakan Produk Perbankan Syariah kontrak untuk layanan dan izin dari Bank Indonesia Semarang N0.9/71/DS/Sm tanggal 19 November 2007 (Zamzami, 2022). Dalam penelitian ini saya menggunakan Bank Jateng Syariah Solo sebagai tempat penelitian adapun kantornya yaitu:

Tabel 1.3 Daftar Bank Jateng Syariah Solo

No	Nama	Alamat
1	KC Syariah Surakarta	Jl. Slamet Riyadi No. 332 Surakarta 0271-7889272
2	KKS Universitas Duta Bangsa	Jl. KH. Samanhudi No.93 Surakarta 0271-723013
3	KKS RS PKU Muhammadiyah Surakarta	Jl. Ronggowarsito No. 130, Timuran, Banjarsari, Kota Surakarta
4	KKS Mojosongo Surakarta	Jl. Tangkuban Perahu Mojosongo, Jebres Surakarta
5	KKS Assalam Surakarta	Jl. Pabelan Kartasura Sukoharjo Surakarta 0271-851768
6	KCPS Universitas Muhammadiyah Surakarta	Jl. Ahmad Yani Tromol Pos I Pabelan Surakarta 0271-7653090
7	KCPS Sukoharjo	Jl. Slamet Riyadi Balesari Rt. 1 Rw. 5 Gayam Sukoharjo 0271-590774

8	KCPS UIN Raden Mas Surakarta	Jl. Pandawa No. 23, Dusun IV, Puncangan, Kec. Kartasura
---	------------------------------	---

Sumber: Wawancara Kepala Kantor Kas UIN Raden Mas Said Surakarta

Dalam mini riset yang saya lakukan pada beberapa kampus di Solo terdapat beberapa kampus yang bekerja sama dengan pihak Bank Jateng Syariah di antaranya adalah UIN Raden Mas Said Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan Universitas Duta Bangsa. Saat melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa yang berkuliah di kampus tersebut ada dari mereka yang menggunakan Bank Jateng Syariah untuk keperluan pembayaran kuliah dan menabung.

Tetapi beberapa mahasiswa yang berkuliah di kampus yang disebutkan di atas ada beberapa mahasiswa yang tidak menggunakan Bank Jateng Syariah. Selain itu saya juga melakukan riset ke bagian subag akademik rektorat UIN Raden Mas Said Surakarta mengenai jenis pembayaran ukt mahasiswa dari tahun 2019-2022 yang menggunakan berbagai Bank diantaranya Bank Jateng Syariah terdapat sebanyak 28.480, Bank Rakyat Indonesia (BRI) terdapat sebanyak 78.188 dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) terdapat sebanyak 9.169.

Tabel 1.4 Data Pembayaran UKT UIN Raden Mas Said Surakarta

Periode 2019-2022

No	Tahun	Periode	BJS	BRI	BRIS
1.	2019	Januari	3.490	8.200	931
2.	2019	Mei	3.554	9.500	1.059
3.	2020	Januari	3.605	9.271	1.207
4.	2020	Mei	2.472	8.320	1.466
5.	2021	Januari	2.613	10.653	1.937

6.	2021	Mei	3.234	9.950	811
7.	2022	Januari	4.773	11.566	431
8.	2022	Mei	4.739	10.728	1.327
Total			28.480	78.188	9.169

Sumber: Subag Akademi Rektorat UIN Raden Mas Said 2019-2022

Maka penelitian ini saya fokuskan kepada mahasiswa yang menggunakan rekening Bank Jateng Syariah karena saya merasa tertarik mengenai bagaimana Bank Jateng Syariah melakukan pelayanan dan promosi sehingga menarik mahasiswa dalam mengambil keputusan dalam menabung di Bank Jateng Syariah tersebut.

Penelitian ini memiliki subjek yaitu mahasiswa Solo Raya dengan kisaran usia 18-25 tahun. Mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa dari golongan yang terdidik mempunyai peran sebagai salah satu aspek yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan pembangunan bangsa. Mahasiswa Solo Raya merupakan mahasiswa yang melakukan kegiatan pembelajaran kuliah *daring* maupun *luring* yang dinaungi intansi pendidikan di Solo.

Mahasiswa dalam mengambil keputusan menabung salah satunya menggunakan azas kepercayaan sehingga kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi dalam pengambilan keputusan. Selain itu kualitas pelayanan juga salah satu upaya pihak Perbankan Syariah dalam menarik nasabah. Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, produk, manusia, lingkungan dan proses yang memenuhi atau melebihi harapan (Nurudin, 2021).

Kualitas layanan memiliki beberapa indikator yaitu: Penampilan Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Cepat tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Indikator tersebut digunakan sebagai alat ukur dalam kualitas layanan sehingga dapat menjadi faktor bagaimana kualitas layanan dalam Bank Syariah apakah sudah memenuhi standar (Engkur, 2018).

Dalam mini riset yang saya lakukan terhadap beberapa mahasiswa dalam semua indikator yang berada di variabel kualitas layanan indikator penampilan fisik yang salah satunya slip untuk menabung memengaruhi dalam mengambil keputusan dikarenakan data yang perlu di isikan dalam slip tersebut sesuai dengan yang diinginkan maksud dari sesuai yaitu data yang diisikan tidak memberatkan dan mudah dipahami. Untuk indikator keandalan sendiri disini lebih kepada pegawai yang melayani seperti saat mereka mengantri untuk bertransaksi meskipun antrian banyak pegawai yang melayani tetap profesional.

Selanjutnya yaitu indikator cepat tanggap dalam indikator ini lebih mengacu kepada pelayanan terhadap kebutuhan nasabah seperti yang diutarakan dalam riset yang saya lakukan yaitu ada beberapa responden yang menggunakan bank jateng syariah untuk pembayaran ukt dalam pelayanannya sangat cepat. Indikator jaminan disini mengacu pada keamanan yang diterima nasabah seperti keamanan atas adanya jaminan atau pengawasan dari ojk maupun dari dewan pengawas syariah.

Dengan adanya beberapa mini riset mengenai kualitas layanan maka ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nurudin dan Hida Alfathin yang dimana menyatakan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap

keputusan mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang (Nurudin, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Laily Abdullah Putri dan Wahyu Dwi Warsitasari juga menunjukkan bahwasanya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna atau nasabah (Putri, 2022).

Penelitian yang dilakukan Wiyanto kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan tak hanya itu saja indikator dalam kualitas pelayanan juga menunjukkan hasil yang positif seperti indikator *tangible tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* (Wiyanto, 2016). Selain Kualitas Layanan faktor lain yang memengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan menabung di Bank Jateng Syariah adalah promosi.

Promosi adalah salah satu cara bank guna mempertahankan dan menarik nasabah dalam keputusan menabung. Promosi yang baik akan memberikan dampak positif untuk pihak Bank seperti menyampaikan promosi sesuai dengan keadaan atau tidak melebih-lebihkan. Maka dari itu pihak bank diharuskan menggunakan dengan benar dan baik media promosi tersebut (Darmawan, 2019).

Dalam kegiatan promosi *efektifitas* tergantung pada setiap produk yang diluncurkan oleh perusahaan ke pasar dengan harapan dapat meningkatkan *likuiditas* dalam persaingan. Menurut Siti Walida Mustamin dan Jasri mengutip dari jurnal Kotler & Armstrong ada empat indikator dalam promosi yang dapat memengaruhi nasabah yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales*

promotion), publikasi (*publication*), penjualan pribadi (*personal selling*) (Jasri, 2022)

Adanya promosi sangat memengaruhi pengambilan keputusan menabung di Bank Jateng Syariah oleh mahasiswa dikarenakan dalam kegiatan promosi mahasiswa bisa mengetahui bagaimana manfaat suatu produk tersebut dan jenis produk-produk yang terdapat di Bank Syariah. Bukan hanya itu saja jika ada produk yang bagus tetapi tidak adanya kegiatan promosi akan berdampak tidak lakunya produk tersebut sehingga menghambat dalam kegiatan transaksi. Maka dengan adanya kegiatan promosi akan mendorong mahasiswa dalam mengambil keputusan menggunakan tabungan di bank Jateng syariah.

Dalam mini riset yang saya lakukan pada beberapa mahasiswa dalam kampus yang sudah berkerjasama promosi merupakan salah satu daya tarik tersendiri dalam menggunakan produk bank Jateng syariah seperti saat bank Jateng menjadi salah satu sponsor dalam event musik. Pada saat *event* musik tersebut kebanyakan kaum muda yang menghadiri kaum muda disini bisa dikatakan para mahasiswa dan kegiatan tersebut menunjukkan bahwa bank Jateng syariah juga aktif dalam kegiatan. Maka disitu salah satu daya tarik dalam menggunakan bank Jateng syariah.

Pada penelitian Roni Andespa diketahui variabel promosi merupakan salah satu variabel yang memengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan tabungan di bank syariah (Andespa, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anita Rahmayanti juga menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh dan juga pada penelitian ini indikator promosi yang paling

diminati oleh nasabah adalah indikator promosi dalam bentuk penjualan pribadi (Rahmayanti, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyandi variabel promosi menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan karena adanya indikator *antaradhin min kum* yang berlandaskan nilai *religiusitas* sehingga meningkatkan jumlah loyalitas nasabah terhadap Bank (Sitti Aisyah, 2020).

Berkaitan dengan latar belakang masalah tersebut, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil studi kasus pada mahasiswa Solo Raya yang akan dijadikan sasaran objek dari penelitian dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK JATENG SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Solo Raya)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka diidentifikasi adalah berikut:

1. Tidak semua mahasiswa dalam kampus yang sudah bekerja sama dengan Bank Jateng Syariah menggunakan rekening Bank Jateng Syariah.
2. Belum adanya *mobile banking* di Bank Jateng Syariah.
3. Dalam pembayaran UKT oleh mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta pembayaran melalui Bank Jateng Syariah terdapat sebanyak 28.480, Bank Rakyat Indonesia (BRI) terdapat sebanyak 78.188 dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) terdapat sebanyak 9.169.

1.3 Batasan Masalah

Berkaitan dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan, peneliti hanya memfokuskan dan membatasi permasalahan untuk di teliti agar tidak menyimpang dengan cara hanya menganalisis variabelnya saja yaitu secara parsial dan simultan. Secara parsial yaitu variabel kualitas layanan, variabel promosi serta secara simultan yaitu variabel kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan menabung di bank jateng syariah adapun objeknya yaitu mahasiswa Solo Raya.

1.4 Rumusan Masalah

Berkaitan batasan masalah di atas, maka dapat di identifikasikan rumusan masalah berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam mengambil keputusan menabung di bank jateng syariah ?
2. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam mengambil keputusan menabung di Bank Jateng Syariah ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis mengidentifikasi tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam menabung di Bank Jateng Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam menabung di Bank Jateng Syariah.

3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam menabung di Bank Jateng Syariah.

1.6 Manfaat Penelitian

Berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah diuraikan, manfaat penulisan penelitian ini adalah berikut:

1. Bagi Peneliti

Bagi penulis penelitian ini menjadi kesempatan untuk mengimplementasikan segala ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan cara membandingkan antara teori yang dipelajari dalam kuliah dan praktik yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai analisis kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa Solo Raya dalam menabung di Bank Jateng Syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar atau referensi dalam penelitian yang kaitannya sama dengan penelitian ini yaitu analisis kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa menabung di Bank Jateng Syariah.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk bisa menyampaikan tujuan mengenai penelitian ini, sehingga disusun sebuah sistematika penulisan meliputi hal-hal pembahasan pada setiap bab. Sistematika penulisan penelitian meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang masalah yang terjadi, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori berisi mengenai teori dasar yang digunakan, penelitian dahulu yang relevan dijadikan acuan dalam penelitian. Selain itu, juga di uraikan mengenai kerangka berfikir serta hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian berisi mengenai keterangan dalam penelitian yaitu waktu dan wilayah penelitian. Menjelaskan mengenai jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengembalian sampel juga mencakup mengenai keterangan data, sumber data, teknik dalam pengumpulan data, variabel penelitian, definisi variabel yang digunakan serta teknik menganalisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data dan pembahasan berisi mengenai gambaran umum penelitian, hasil analisis data yang sudah di uji menggunakan uji statistik dan membahas

mengenai pembahasan hasil analisis data (pembuktian hipotesis) yang diajukan diterima atau ditolak.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi mengenai kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran dari penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Theory Of Planned Behavior*

Theory of planned behavior merupakan teori yang menjelaskan mengenai sikap dan perilaku yang menjadi pokok penting dalam setiap perbuatan, tetapi meskipun menjadi pokok penting perlu adanya pengujian terhadap norma subjektif dan mengukur kontrol perilaku orang tersebut (Afriyanti, 2021)

Theory of planned behavior adalah manusia yang tindakannya di pandu oleh 3 faktor yaitu keyakinan (*belief*) tentang sikap terhadap perilaku evaluasi hasil perilaku (*attitude*), keyakinan mengenai normatif orang lain tentang motivasi guna memenuhi keyakinan atau bisa disebut faktor sosial (*subjective norms*), dan niat atau keyakinan tentang adanya faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku (*perceived behavior control*) (Purwati, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Seni, 2017) dalam *theory of behavior* terdapat 3 faktor yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), faktor sosial atau bisa disebut norma subjektif (*subjective norms*), kontrol perilaku persepsi (*perceived behavior control*) maka dalam penelitian ini menggunakan *theory of planned behavior* karena ada kaitannya antara penelitian ini dengan teori tersebut yaitu:

1. Kualitas layanan berkaitan dengan faktor sosial atau norma subjektif (*subjective norms*) karena dalam *subjective norms* terdapat pengakuan desakan dalam memperlihatkan suatu yang khusus dan juga *subjective norms* memiliki dasar yaitu kepercayaan dimana dalam kualitas layanan

kepercayaan dan perilaku bisa menjadi acuan dalam mengambil keputusan menabung.

2. Promosi berkaitan dengan sikap terhadap perilaku (*attidute*) karena dalam kegiatan promosi sikap dan perilaku dalam menyampaikan bisa menjadi penilaian, bagaimana dalam menyampaikan produk dan perusahaan. Sehingga mahasiswa bisa mengerti mengenai bagaimana kinerja karyawan dalam menyampaikan promosi, produk-produk apa saja yang terdapat dalam perusahaan sehingga memunculkan mengenai keputusan untuk menabung.
3. Kualitas layanan dan promosi berkaitan dengan kontrol perilaku persepsi (*percived behavior control*) karena ukuran kepercayaan atau kompleksnya melakukan suatu perbuatan termasuk dalam kualitas dan promosi sehingga memberikan dampak baik pada mahasiswa dalam mengambil keputusan menabung (Seni, 2017)

2.2 Bank Syariah

Bank adalah badan usaha kegiatannya menghimpun dana yang diperoleh dari masyarakat dalam bentuk tabungan atau simpanan dan menyalurkan dana ke masyarakat bentuk kredit atau lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (OJK, 2023). Bank syariah merupakan bank yang beroperasi tidak mengandalkan pada bunga jadi Bank Syariah bisa disebut juga Bank tanpa bunga dan produk dalam Bank Syariah dikembangkan atas Hadist Nabi Muhammad dan Al-Qur'an (Rachman, 2022). Bank Syariah memiliki beberapa peran yaitu:

1. Menjadi salah satu lembaga keuangan yang meningkatkan jumlah wirausahawan, memberikan produk-produk yang menarik dan kompetitif bagi pengusaha serta membangun hubungan kerja dengan lembaga keuangan Internasional.
2. Bank Syariah menjadi lembaga yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan daya beli yang dimana sejalan dengan konsep Al-Qur'an dan juga mengurangi kemiskinan serta mengurangi kesenjangan pada masyarakat.
3. Bank Syariah juga berperan dalam penyaluran dana untuk usaha mikro kecil dan menengah atau yang disebut usaha UMKM, peran lainnya yaitu sebagai lembaga yang menyediakan tren untuk gaya hidup Islami dan juga sebagai perantara untuk pihak yang kekurangan modal dan kelebihan modal (Nurohman, 2021).

Menurut Undang-undang no. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 1 (OJK, 2023) Perbankan syariah merupakan segala hal atau sesuatu yang menyangkut mengenai bank syariah serta unit usaha syariah di dalamnya mencakup kelembagaan keuangan, kegiatan usaha bank, serta proses dan cara dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan usaha. Sedangkan ayat 7 menjelaskan mengenai bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan-kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri ada dua jenis yaitu bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia, dalam hal ini adalah Dewan Syariah Nasional (DSN MUI), yang selanjutnya fatwa tersebut dituangkan dalam peraturan Bank Indonesia (Budiono, 2017). Fatwa menurut bahasa bisa diartikan sebuah jawaban dari peristiwa. Fatwa adalah menjelaskan hukum syara atas masalah yang ditanyakan (Putra, 2022).

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, pihak yang menjalankan kegiatan-kegiatan bank syariah atau Unit Usaha Syariah yang pertama wajib memiliki atau memperoleh izin usaha dari unit usaha syariah (UUS). Sedangkan untuk Bank Umum Syariah pendiriannya dapat dilakukan dengan cara pemisahan (*spin off*) UUS dari induknya. UUS yang nilai asetnya mencapai 50% dari bank induknya atau setelah 15 tahun berlakunya uu maka wajib memisahkan menjadi bank umum syariah (Darsono, 2017).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank pembiayaan syariah yang dimana dahulunya merupakan Bank Pengkreditan, namun setelah diberlakukannya Undang-Undang diubah menjadi Pembiayaan (Darsono, 2017).

2.3 Bank Jateng Syariah

Bank Jateng syariah adalah salah satu bagian dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan fokus memenuhi kebutuhan finansial masyarakat dengan menggunakan prinsip syariah. Unit usaha syariah bank Jateng dibuka secara resmi pada tanggal 26 April 2008, yang di mana berkantor pusat di Kota

Semarang bertempat di Gedung Grinatha Lt. IV, Jl. Pemuda No. 142 Semarang (Syariah B. J., 2023).

Bank Jateng Syariah pada awal usahanya membuka operasi usaha pertamanya di kantor cabang Surakarta dan memulai operasionalnya pada tanggal 21 Mei 2008 di Jl. Slamet Riyadi No.236 Surakarta. Sampai bulan Oktober 2016 Bank Jateng Syariah mengoperasikan 4 kantor cabang, 9 kantor pembantu syariah, 7 kantor kas syariah yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Tengah (Syariah B. J., 2023).

Bank Jateng Syariah memiliki Visi & Misi yaitu:

1. Visi: Bank Terpercaya, menjadi kebanggaan masyarakat, mampu menunjang pembangunan daerah.
2. Misi: ada beberapa misi yaitu:
 - a. Memberikan layanan prima didukung oleh kehandalan SDM dengan teknologi modern, serta jaringan yang luas.
 - b. Membangun budaya Bank dan mempertahankan Bank sehat.
 - c. Mendukung pertumbuhan ekonomi *regional* dengan mengutamakan kegiatan *retail banking*.
 - d. Meningkatkan kontribusi dan komitmen pemilik guna memperkuat Bank.

Bank Jateng Syariah memiliki beberapa produk yaitu :

1. Simpanan Syariah (Simpanan Personal)

Simpanan syariah merupakan dana dari nasabah yang dipercayakan kepada Bank Jateng Syariah untuk disimpan yang dimana menggunakan akad *wadi'ah*

atau bisa juga akad lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah (Amalia, 2019). Ada beberapa jenis simpanan Syariah dalam Bank Jateng Syariah yaitu:

a. iB Tabungan Haji

iB Tabungan Haji adalah tabungan untuk mempersiapkan ibadah haji, tabungan ini merupakan titipan dana dari nasabah secara berjangka yang dimana menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* (titipan harus digaja karena titipan yang murni) yang dimana ditunjukan untuk niat pergi haji. Untuk pendaftaran tabungan ini batas minimal usia 12 tahun.

b. Tabungan iB Bima

Tabungan iB Bima merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang dimana tabungan ini memberikan keleluasaan terhadap nasabah dalam melakukan setoran dan penarikan bisa datang pada kantor Bank Jateng Syariah secara langsung, melalui ATM, jaringan ATM Prima, jaringan ATM Bersama, serta EDC pada jaringan ATM Prima.

c. Tabungan iB Amanah

Tabungan iB Amanah merupakan tabungan yang dilengkapi fitur BPD Card Syariah yang dapat diakses di ATM Bank Jateng dan ATM berlogo Prima dan Bersama. Tabungan ini memberikan keleluasaan dalam melakukan penarikan dan setoran.

d. Tabungan iB Rencana-Ku

Tabungan iB Rencana-Ku merupakan tabungan berjangka yang ada di Bank Jateng Syariah yang dimana dalam menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*

yang sesuai dengan prinsip syariah. Tabungan ini merupakan tabungan untuk mempersiapkan masa depan atau bisa disebut tabungan investasi.

e. Simpel iB

Simpel iB merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi siswa atau pelajar yang memiliki bersifat personal.

f. Deposito iB

Deposito iB merupakan simpanan dana berjangka dengan waktu tertentu dalam mata uang rupiah.

g. Giro iB

Giro iB merupakan rekening dalam mata uang rupiah yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi dengan menggunakan cek dan *bilyet giro* (Syariah B. J., 2023).

2. Pembiayaan Syariah Untuk Bisnis

Pembiayaan syariah merupakan pendanaan dari bank jateng syariah pada pihak lain guna mendukung kegiatan investasi pihak tersebut baik itu dilakukan individu maupun kelompok atau lembaga berdasarkan prinsip syariah (Ulpah, 2020).

a. iB Modal Kerja

iB Modal Kerja merupakan pembiayaan yang diberikan oleh pihak Bank Jateng Syariah kepada nasabah guna membantu dalam pendanaan modal kerja (Syariah B. J., 2023).

b. iB Modal Kerja BPRS

iB Modal Kerja merupakan pembiayaan yang di berikan Bank Jateng Syariah kepada nasabah dengan pola *executing*. Pola *excuting* merupakan pola dimana Bank Jateng Syariah memberikan pembiayaan kepada perusahaan mitra (BPRS) kemudian pihak mitra meneruskan kepada nasabah sebagai *end user* (Syariah B. J., 2023).

c. iB Investasi

iB Investasi merupakan pembiayaan pengadaan barang investasi yang mendukung usaha produktif nasabah seperti pembangunan gedung, rumah sakit, sekolah, pembelian peralatan dan lainnya (Syariah B. J., 2023)

d. iB Kopkar

iB Kopkar merupakan pembiayaan kepada koperasi karyawan dengan pola *executing* untuk disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan kepada para anggota (Syariah B. J., 2023)

e. iB Koperasi Jasa Keuangan Syariah

Merupakan pembiayaan dengan pola *executing* untuk membantu KJKS melakukan *ekspansi* usahanya (Syariah B. J., 2023)

3. Pembiayaan Syariah

a. iB Pembiayaan Umroh

iB Pembiayaan Umroh merupakan pembiayaan untuk melunasi biaya perjalanan umroh. Pembiayaan ini menggunakan akad *ijarah* .

b. FLPP Jateng Syariah

FLPP Jateng Syariah merupakan fasilitas *likuiditas* pembiayaan perumahan.

c. iB Rahn Emas

iB Rahn Emas merupakan fasilitas pembiayaan dengan akad *qardh* untuk kebutuhan dana tunai dengan emas sebagai jaminannya (Syariah B. J., 2023).

d. iB Multiguna

iB Multiguna adalah pembiayaan dengan akad *murabahah* untuk pembelian barang konsumtif seperti perabotan rumah tangga, peralatan elektronik, kendaraan baru atau bekas tentu saja yang tidak bertentangan dengan syariah.

e. iB Griya

iB Griya merupakan pembiayaan yang di sediakan pihak Bank Jateng Syariah untuk pembiayaan kepemilikan rumah, villa, apartemen dan rusun menggunakan akad *murabahah* atau *istishna* (Syariah B. J., 2023)

f. iB Bima Emas

iB Bima Emas merupakan pembiayaan yang di sediakan oleh Bank Jateng Syariah dengan akad *murabahah* dan *rahn* untuk pembelian atau kepemilikan emas batangan bagi nasabah (Syariah B. J., 2023)

4. Layanan Personal

Layanan Personal merupakan layanan yang dilakukan pihak Bank Jateng Syariah dalam membantu nasabah dilakukan dengan sepenuh hati dengan cara menyebut nama nasabah pada waktu yang berhubungan sambil tersenyum dan membantu apa yang dibutuhkan nasabah (Riadi, 2022).

Dalam layanan personal Bank Jateng Syariah memiliki salah satu fiturnya yaitu internet banking. Internet Banking merupakan fitur layanan yang ada di dalam Bank Jateng Syariah yang biasa di singkat dengan IB Personal yang

digunakan untuk kegiatan transaksi menggunakan website milik Bank Jateng Syariah yang sudah dilengkapi keamanan (Syariah B. J., 2023).

5. Layanan Kartu

BPD Card merupakan kartu debit yang dikeluarkan yang berguna untuk melakukan transaksi tarik tunai dan transaksi lainnya secara non tunai dari produk tabungan dan giro (Syariah B. J., 2023).

2.4 Kualitas Layanan

Kualitas adalah kesesuaian antara kecocokan dan persyaratan untuk pemakai, bebas dari kerusakan, perbaikan secara keberlanjutan guna memenuhi kebutuhan nasabah dari awal dan setiap saat. Kualitas juga termasuk janji kepada nasabah atas pelayanan yang akan diberikan sehingga nasabah merasa puas akan kualitas layanan yang diberikan (Andika, 2021).

Kualitas layanan adalah suatu ukuran yang digunakan untuk penilaian atas layanan yang diberikan kepada nasabah dan kualitas layanan ini juga termasuk strategi dalam manajemen pemasaran (Kusumastuti, 2019). Kualitas layanan yang baik mempunyai imbal yang positif dan kepercayaan tinggi baik itu kepada calon nasabah dan nasabah. Kualitas layanan pada dasarnya pemberian yang positif dan maksimal dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari keinginan nasabah, dapat terwujud dan dirasakan puas oleh nasabah yang menerima pelayanan (Sitti Aisya, 2020).

Dalam kualitas layanan terdapat beberapa indikator yaitu:

1. Penampilan Fisik (*Tangible*) meliputi penampilan dan bukti fisik.

2. Keandalan (*Reability*) merupakan keinginan perusahaan dalam melayani yang ingin melakukan secara cepat dan tanggap (Hasanah, 2019).
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*) dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan termasuk jika ada keterlambatan dalam penyampaian.
4. Jaminan (*assurance*) adalah perilaku pelayanan guna membangun kepercayaan dan keyakinan pada nasabah atau calon nasabah.
5. Empati (*Empathy*) adalah kemampuan suatu perusahaan yang dilakukan atau dimiliki oleh pegawai dalam memberikan layanan kepada nasabah secara personal (Haris, 2012).

2.5 Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempergaruhi nasabah guna terciptanya permintaan atas produk atau jasa yang di promosikan (Aziz, 2019). Maka dari itu promosi yang dilakukan oleh pihak Bank harus mampu menarik nasabah yang melihat, memberikan kesan pertama kepada nasabah sehingga membuat nasabah ingin mengetahui produk dalam Bank tentunya dalam kegiatan promosi harus mudah ditangkap dan efisien terhadap nasabah atau pembacanya.

Promosi adalah usaha yang dilakukan pemasar guna mempergaruhi pihak lainnya agar ikut berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran. Promosi juga merupakan salah satu usaha mengkomunikasikan suatu informasi yang bermanfaat mengenai suatu produk atau perusahaan guna mempergaruhi pembeli (Firliyanti Kaluku, 2018).

Aktivitas promosi yang dijalankan oleh bank syariah merupakan salah satu aktivitas manajemen yang dilakukan seoptimal serta seefisien. Namun dalam kegiatan promosi juga bisa mengurangi minat nasabah atau masyarakat mengenai produk yang ditawarkan bisa disebabkan karena adanya penyampaian yang kurang atau tidak tepat serta berlebihan (Daniel Ortega, 2017). Maka dari itu dalam promosi ada beberapa indikator yang dapat dijadikan acuan dalam promosi yaitu:

1. Iklan (*advertising*) merupakan wujud presentasi mengenai sebuah ide, jasa atau barang tertentu dan dibayar oleh sponsor. Komunikasi menggunakan media yang bersifat umum yaitu seperti : surat kabar, televisi, radio, majalah, surat pos dan lainnya. Iklan yang dipasang pada media tersebut dapat memberikan umpan balik pada pihak sponsor. Periklanan memiliki 5 fungsi yaitu:

- a. Memberikan Informasi
- b. Mempengaruhi atau membujuk
- c. Memberi kesan
- d. Mendorong pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan
- e. Sebagai alat penghubung atau komunikasi

2. Promosi dalam penjualan (*sales promotion*) adalah aktivitas pemasaran selain penjualan pribadi, periklanan dan publisitas yang dimana mendorong pembelian. Dalam promosi penjualan ada beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu seperti pameran, pertunjukan, *demonstrasi* dan lainnya. Promosi penjualan sendiri memiliki beberapa tujuan yaitu:

- a. Memperoleh nasabah baru
 - b. Mempertahankan hubungan dengan nasabah
 - c. Mengenalkan produk baru pada nasabah
3. Publisitas (*publication*) merupakan pendorong dari permintaan secara non pribadi dalam suatu produk atau jasa yang menggunakan berita atau iklan komersial di media massa. Publisitas disini adalah bagian dari fungsi yang luas atau bisa disebut sebagai hubungan dengan masyarakat dan meliputi usaha yang dilakukan guna mempertahankan sebuah hubungan.
4. Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan presentasi lisan dalam suatu komunikasi dengan satu calon nasabah maupun lebih, dalam sebuah *personal selling* ada *interaksi* secara langsung dengan calon nasabah. Komunikasi ini dilakukan dengan *individu* atau dua arah sehingga langsung memperoleh umpan balik mengenai keinginan dan kesukaan calon nasabah (Mursid, 2003).

2.6 Keputusan Menabung

Keputusan menurut Novita Erliana mengutip dari Sumarwan merupakan suatu keputusan dari pemilihan atas suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan (Sari, 2017). Keputusan nasabah untuk menabung adalah akibat akhir dari penggunaan dalam sikap dan niat yang digunakan untuk menunjang masa depan serta diekspresikan dengan ha-hal berupa komitmen untuk memakai produk, komitmen dalam memberikan rekomendasi pada orang lain, niat memberikan hal-hal positif untuk perusahaan serta niat untuk menambah jumlah tabungan (Nurmaeni, 2020).

Dalam mengambil keputusan untuk menabung ada beberapa motif yang berbeda yaitu:

1. Tindakan pencegahan maksudnya yaitu sebagai tindakan dalam kegiatan untuk mencegah keadaan yang tidak terduga dengan cara menabung guna menambah cadangan.
2. Tujuan masa depan adalah untuk mengantisipasi perbedaan antara pengeluaran dan pendapatan di masa depan.
3. Perbaikan, untuk meningkatkan standar hidup yang lama.
4. Kebanggaan, lebih mengacu kepada penempatan uang untuk ahli waris.
5. Kebebasan, memiliki kebebasan dan kekuasaan akan sesuatu.
6. Usaha, adanya kebebasan dalam menanamkan uang ketika memungkinkan (Wahyu Utami, 2015).

Keputusan Menabung menurut Muhammad Fajar F dan Emma Y yang mengutip dari Kotler & Keller memiliki beberapa indikator yaitu:

1. *Problem Recognition* (Pengenalan Masalah) pada tahapan ini konsumen atau nasabah menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh factor *internal* maupun *eksternal*. Perusahaan tersebut harus menentukan apa kebutuhan, suatu keinginan dan mengetahui masalah apa yang mendorong nasabah untuk memulai menggunakan kembali.
2. *Information Search* (Pencarian Informasi) pada tahap ini nasabah memasuki proses pencarian secara *selektif*, nasabah memilih informasi yang paling relevan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Sumber informasi nasabah dibagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- a. Sumber Komersial: Sumber ini di dapat melalui *advertising*, yaitu melalui tenaga penjual perusahaan, melihat pameran, para promosi.
 - b. Sumber Pribadi: Sumber ini diperoleh melalui teman, kenalan, keluarga, tetangga.
3. *Evaluation Of Alternatives* pada tahapan ini nasabah menggunakan informasi yang ada atau sudah di dapat guna menilai secara *rasional* atau sadar mengenai produk.
 4. *Purchase Decsion* (Keputusan Pembelian) tahap ini dilakukan setelah mengevaluasi dari beberapa *merk* dan ciri menurut tingkatan nasabah yang akan menimbulkan niat keputusannya.
 5. Perilaku Setelah Pembelian pada tahap ini tindakan dilakukan setelah adanya keputusan atau sudah memakai produk tersebut didasarkan atas kepuasan atau ketidakpuasan pada produk yang dipakai (Fahrudin, 2015).

2.7 Mahasiswa Solo Raya

Mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa dari golongan yang terdidik mempunyai peran sebagai salah satu aspek yang dapat berkontribusi dalam meningkatkan pembangunan bangsa yang dimana dalam mengambil keputusan dilakukan secara bijak dan dapat dipertanggungjawabkan (Thohari, 2021). Mahasiswa Solo Raya sendiri merupakan mahasiswa yang berkisar usia antara 18-25 tahun yang melakukan kegiatan perkuliahan di daerah Solo Raya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Hafni Zahara	Pengaruh Promosi dan Kualitaas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan iB Baitulla Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan	Penelitian menggunakan jawaban respoden dengan menyebar kuisoner pada nasabah dengan hasil kedua variabel secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan.	Penelitian ini digunakan pada nasabah tabungan iB Baitullah pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan.
2	Nur Muhamad Agung Tri Yoga dan Imam Mukhlis	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta	Sampelnya adalah nasabah BSI KC Soekarno Hatta Malang dengan jumlah 100 dan hasilnya kualitas layanan memiliki hasil positif dan signifikan, promosi memiliki hasil positif dan signifikan untuk pembiayaan usaha rakyat.	Penelitian ini untuk keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan dan responden diperoleh dari nasabah pembiayaan BSI Soekarno Hatta Malang.

3	Dina Ulfa dan Utami Tri Sulistyor ini	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA)	Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner 100. Memperoleh hasil secara parsial variabel kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan dan secara simultan variabel tersebut signifikan terhadap keputusan menabung kembali.	Penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk, lokasi.
4	Nofa Hari Widayan to dan Ali Mursid	Analisis Pengaruh Kualitas dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Produktif Pada bank Jateng Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang	Menggunakan populasi dari responden kredit produktif Bank Jateng Wanadadi memperoleh hasil kualitas layanan memperengaruhi keputusan dan kepercayaan nasabah, keputusan nasabah mengambil kredit tidak dipengaruhi citra perusahaan, citra	Penelitian ini menggunakan variabel pengaruh kualitas dan citra perusahaan.

		Pembantu Wanadadi Banjarnegara)	perusahaan memengaruhi kepercayaan nasabah.	
5	Omar Hendro, Diah Isnaini Asiati, dan Dwi Puspita Sari	Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih	Penelitian ini menggunakan sampel 400 responden. Perolehannya yaitu semua variabel berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan layanan digital.	Penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan nasabah, kepercayaan nasabah dan dilakukan di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih.
6	Dharma waty Djaharruddin dan Anita Irrawati	Pengaruh produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah	Hasil peneitian variabel yang digunakan berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan masyarakat.	Menggunakan variabel produk, lokasi, bagi hasil.
7	Efi Endang Dwi	Pengaruh Promosi, Penerapan Prinsip Syariah, Dan Bagi Hasi Terhadap	Teknik peneitian menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> jumlah	Peneitian ini menggunakan variabel penerapan

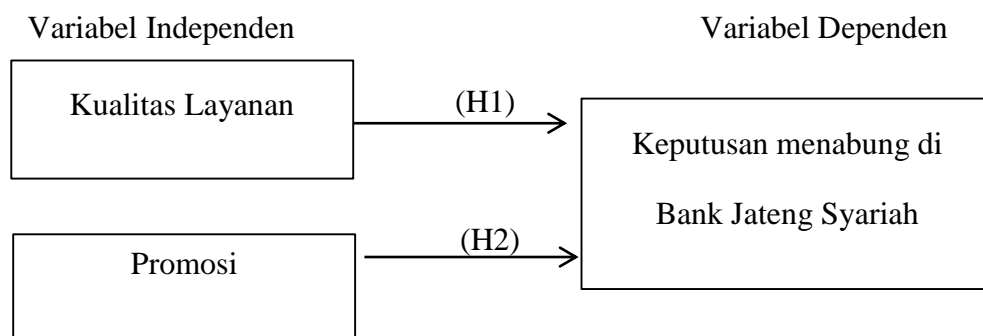
	Setyo Rini	Keputusan Menjadi Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan	sampel yang digunakan 100 responden dari hasil penelitian ini maka diperoleh yaitu secara simultan dan parsial variabel promosi, penerapan prinsip syariah dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan.	prinsip syariah, bagi hasil serta dalam mengambil sampe menggunakan populasi nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan.
8	Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, dan Jati Handayani	Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung	Menggunakan populasi nasabah Semarang dengan hasil secara parsial perilaku konsumtif dan kualitas layanan signifikan terhadap keputusan. Perilaku konsumtif dan kelompok referensi tidak berpengaruh.	Memakai variabel perilaku konsumtif, motivasi, kelompok referensi dan sampe diambil dari nasabah BTN.
9	Mustaqim Pabbjah, Ratri Nurina Widyanti , Widi	The Factors Of Service, Religiosity, And Knowledge In The Decision Of Customer To Save Funds In The	Penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel pelayanan, religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh	Penelitian ini menggunakan variabel religiusitas dan sampel yang dipakai adalah

	Fajar Widyatmoko	Sharia Banks In Yogyakarta City	positif pada keputusan nasabah.	nasabah Bank Syariah.
10	Indana Almas Azhar, Nila Alfiatul Fuad	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi	Sumber data primer dan data sekunder yang di dapatkan dari Bank Syariah. Memperoleh hasil bahwa variabel variabel tersebut pengaruh positif simultan pada keputusan.	Penelitian ini terdapat bagi hasil yang merupakan salah satu variabelnya.

2.9 Kerangka Berfikir

Adalah suatu konseptual mencakup teori yang memiliki hubungan pada beberapa faktor yang dimana sudah diidentifikasi sebagai masalah. Kerangka berfikir yang baik di dalamnya akan dijelaskan mengenai secara teoritis antar variabel yang diteliti yaitu variabel dependen dan independen (Ridwan, 2021). Adapun kerangkanya adalah sebagai berikut:

Gambar 2 1 Kerangka Berfikir



Sumber : Dikelola peneliti, 2023

2.10 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau jawaban sementara yang diungkapkan pada waktu tertentu yang belum mengetahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk di uji dalam kenyataan. Hipotesis memungkinkan kita menghubungkan antara teori dengan pengamatan (Gulo, 2002). Adapun hipotesis adalah:

1. Pengaruh kualitas layanan pada keputusan menabung di Bank Jateng Syariah

Kualitas layanan adalah keseluruhan dari sebuah keistimewahan dari sebuah produk atau jasa yang dimana menunjang kemampuan guna memuaskan suatu kebutuhan. Kualitas layanan juga berpengaruh erat pada produk, layanan sumber daya manusia, jasa, proses serta lingkungan (Indrasari, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rifatun Nikmah, 2023) menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keputusan menabung bisa diartikan bahwa semakin bagus kualitas berakibat meningkat juga keputusan penggunaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Maulida, 2022) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

H1 = Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah oleh mahasiswa Solo Raya.

2. Pengaruh variabel promosi terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang kegiatannya menyebarkan suatu informasi, mempergaruhi, mengajak, dan meningkatkan pasar perusahaannya atau meningkatkan penjualan produknya. Promosi kegiatannya memperkenalkan barang supaya konsumen menyukainya dan kemudian membelinya (Sitorus, 2017).

Berdasarkan penelitian oleh (Sari A. A., 2020) bahwa variabel promosi memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan menabung. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yanti, 2023) juga menunjukkan adanya hasil yang positif serta signifikan pada keputusan menabung.

H2 = Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah oleh mahasiswa Solo Raya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu direncanakan dimulai dari menyusun proposal hingga tersusunya laporan dalam penelitian ini dimulai pada Oktober 2022 sampai dengan skripsi selesai.

3.1.2 Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dilakukan pada mahasiswa Solo Raya yang berkuliah di Solo dan menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah. Mahasiswa Solo Raya meliputi Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Klaten, Surakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dari awal penelitian sampai akhir penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menekankan pada hasil yang objektif yang datanya diperoleh dari penyebaran kuisioner lalu di uji menggunakan proses validasi dan reliabilitas (Sahir, 2021).

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji variabel independen adalah kualitas layanan dan promosi terhadap variabel dependen adalah kualitas menabung. Metode penelitian ini akan dilakukan dengan dua cara yaitu dilakukan secara parsial dan simultan. Dimana variabel kualitas layanan,

variabel promosi dilakukan secara parsial dan untuk simultanya yaitu variabel kualitas layanan dan promosi.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk menelitinya. Mengutip dari Sugiyono populasi merupakan sebuah tempat atau wilayah yang dimana di dalamnya ada subjek maupun objek yang memiliki karakteristik sehingga dipilih oleh peneliti sebagai tempat untuk dikaji dan disimpulkan. (Sinaga, 2014).

Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Solo Raya yang menggunakan Bank Jateng Syariah. Mahasiswa disini dibatasi umurnya dari 18-25 tahun dan sudah menggunakan tabungan dari Bank Jateng Syariah.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil sebuah anggota populasi di mana diambil menggunakan prosedur tertentu sehingga bisa mewakili populasi. Mengutip dari Pasaribu sampel itu adalah sebagian dari anggota-anggota suatu golongan (kumpulan objek-objek) yang dipakai sebagai dasar untuk mendapatkan keterangan (atau menarik kesimpulan) mengenai golongan (Sinaga, 2014).

Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Solo Raya yang memakai tabungan Bank Jateng Syariah dan tidak diketahui jumlahnya. Maka menurut (Purba, 2020) dalam sampel ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Dimana

n = Jumlah sampel yang dicari

$z\alpha$ = Nilai standar dari distributor $\alpha= 5\%$ yaitu (1,96)

P = Standar deviasi populasi 25%

Q = Interval dan penyimpanan

L = Tingkat ketelitian 10%

Sehingga sampel yang diambil adalah =

$$\begin{aligned} \text{Diketahui} = \quad n &= \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96,04 responden maka akan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik pengambilan untuk menentukan sampel yang akan digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Darmanah, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel. Sedangkan metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Dr. Muhammad Muhyi, 2018). Maka dalam penelitian ini memiliki pertimbangan tertentu yaitu:

1. Mahasiswa Solo Raya berumur 18-25 tahun
2. Mahasiswa yang menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah.

3.4 Data Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data langsung diperoleh dari lapangan atau sumber data pertama di tempat (Rahmadi, 2011). Sumber data didapat dari kuisoner yang dibagikan kepada responden. Respondennya sendiri adalah mahasiswa Solo Raya yang memakai tabungan Bank Jateng Syariah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data disini menggunakan teknik angket atau teknik kuisoner (daftar pertanyaan). Teknik angket atau teknik kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan yang disusun untuk diisi responden. Dalam menyusun angket ada beberapa komponennya yaitu petunjuk untuk pengisian, bagian dari identitas respondennya (nama responden, domisili, jenis kelamin, usia dan lainnya) dan daftar pertanyaan yang disusun (Rahmadi, 2011).

Tabel 3 1 Skala Likert

No	Skala	Keterangan
1	1	sangat tidak setuju (STS)
2	2	tidak setuju (TS)
3	3	cukup (C)
4	4	setuju (S)
5	5	sangat Setuju (SS)

sumber: diolah 2023

Skala likert dimanfaatkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian ini skala yang akan dijabarkan melalui variabel yang sudah ditentukan dan indikator variabel dijadikan tolak ukur dalam menyusun instrumen penelitian yang berupa pertanyaan atau bisa juga pernyataan dengan menggunakan skala 1 sampai dengan skala 5 (Yuliarmi, 2019)

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan bentuk konkrit dari kerangka konsep yang telah disusun. Kerangka konsep merupakan bentuk *abstraksi* yang masih memerlukan penerjemahan ke dalam bentuk praktis. Disebut konkrit karena pengambilan data dalam penelitian ini diambil dalam setiap variabel-variabelnya (Drs. Syahrudin, M.Pd, 2012). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu:

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang diukur atau dipilih dalam eksperimen untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diamati. Semua variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen merupakan variabel independen (Nugatno, 2015). Dalam penelitian ini simbol untuk variabel independen adalah X. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas layanan (X1) dan promosi (X2).

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh dari variabel independen. Nilai-nilai

dalam variabel dependen tergantung dari variabel independen (Ngatno, 2015). Dalam penelitian ini variabel dependen disimbolkan dengan Y. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan menabung di Bank Jateng Syariah (Y)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik atau indikator yang dapat diobservasi dari sesuatu yang di definisikan (variabel) agar lebih mudah mencari hubungannya (Dr. Fenti Hikmawati, 2020). Maka dalam memberikan gambaran yang jelas untuk mencari hubungannya dalam setiap masing-masing variabel yaitu:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	variabel penelitian	definisi operasional	Indikator
1	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas layanan digunakan untuk penelitian atas layanan yang diberikan kepada nasabah dan kualitas layanan ini juga termasuk strategi dalam manajemen pemasaran (Kusumastuti, 2019)	Menurut (Hasanah, 2019) dalam variabel kualitas layanan ada beberapa indikator yaitu: 1. Penampilan fisik (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reability</i>) 3. Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empaty</i>)
2	Promosi (X2)	Promosi adalah aktivitas yang dilakukan guna memengaruhi nasabah guna tertarik menggunakan suatu	Menurut (Mursid, 2003) dalam variabel promosi terdapat 4 indikator yaitu: 1. Iklan (<i>Advertising</i>) 2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)

		produk atau jasa (Aziz, 2019)	3. Publisitas (<i>Publication</i>) 4. Penjualan pribadi (<i>Personal Selling</i>)
3	Keputusan Menabung (Y)	Keputusan menabung merupakan efek akhir dari suatu sikap dan niat dalam berperilaku untuk masa depan dan diekspresikan melalui komitmen untuk membeli produk, komitmen dalam memberikan rekomendasi pada orang lain (Nurmaeni, 2020)	Menurut (Zamzami, 2022) terdapat 5 indikator dalam keputusan layanan yaitu: 1. Pengenalan masalah (<i>Problem Recognition</i>) 2. Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>) 3. Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation Of Alternative</i>) 4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decsion</i>) 5. Perilaku setelah pembelian.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan model teknik analisis yang digunakan untuk menguji keterkaitan atau peluang antar variabel independen dan variabel dependen. Teknik analisis data ini merupakan proses akhir dari kegiatan penelitian yang mempunyai tujuan untuk menjawab pertanyaan, membuktikan hipotesis dan melepaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian (Darmanah, 2019).

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah yang dimana studi kasusnya adalah

mahasiswa Solo Raya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis lebih lanjut agar dapat ditarik kesimpulannya.

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

Proses pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam penelitian. Dalam tahap pengumpulan data instrumen merupakan bagian sangat penting dalam penelitian karena instrumen merupakan alat ukur dan akan memberikan informasi mengenai apa yang kita teliti (Sukendra, 2020). Maka dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk instrumen data yang didapat sesuai.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan *indeks* yang menunjukkan bahwa alat ukur atau instrumen tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan instrumen apakah valid atau tidaknya instrumen tersebut (Sukendra, 2020). Menurut (Setyawan, 2014) uji validitas menunjukkan kinerja kuisioner dalam apa yang di ukur. Dalam membaca validitas untuk menunjukkan valid atau tidak validnya dengan cara membandingkan r-hitung dengan r-tabel dengan nilai n dengan taraf 5% maka dapat menunjukkan valid atau tidak valid apabila:

valid = r - hitung > r - tabel

tidak valid = r - hitung < r - tabel

2. Uji Realibilitas

Uji reabilitas merupakan uji ketepatan atau keakuratan dari suatu alat ukur atau instrumen. Instrumen dapat dikatakan reliabel bila menghasilkan data peneliti yang konsisten, karena dengan konsisten sebuah data dapat dipercaya

kebenarannya (Sukendra, 2020). Uji reliabilitas adalah uji yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap alat tes atau instrument. Kuisoner bisa dikatakan reliabel jika mempunyai nilai alpa minimal 5% atau $r\text{-hitung} > r\text{-tabel } 5\%$ (Setyawan, 2014).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah metode statistik pada analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menilai apakah terdapat masalah dalam asumsi klasik atau tidak pada model regresi linear *Ordinary Least Square (OLS)* (Ghozali, 2016).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi normal atau tidak normal. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal bisa dilihat melalui uji *kolmogrov-smirnov* pada SPSS (Sihabudin, 2021).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor uji yang menyebabkan model regresi linear sederhana tidak efisien dan akurat juga mengakibatkan pengguna metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual dalam model regresi (Sihabudin, 2021).

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat melakukan uji menggunakan SPSS dengan metode uji park, uji glejser, metode grafik scaharpot, metode spearman (Sihabudin, 2021).

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan hubungan yang linear atau sempurna dari beberapa variabel bebas dan dari model regresi ganda. Uji multikolinieritas diartikan secara lebih luas yaitu terjadinya koelasi antara linear tinggi di antara variabel penjelas. Tujuan uji ini yaitu guna melihat apakah ada korelasi antar variabel bebaas. Ada tiga syarat mengambil keputusan uji yaitu:

1. Melihat koefisien korelasi antara variabel bebas : koefisiensi korlasi antara variabel bebas $\geq 0,7$ maka terjadii multikolinear.
2. Jika nilai tolerance \geq dari 0,10 maka tidak ada multikolinieritas begitupun sebaliknya.
3. Dengan melihat niaii VIF (varian *infloating* faktor) : jika nilai VIF lebih kecill 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas begitupun sebaliknya (Sihabudin, 2021).

3.8.3 Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Uji F bisa disebut uji hipotesis simultan ialah uji yang berguna untuk mencari apakah variabel independen secara stimultan memiliki pengaruhi pada variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan tujuan melihat ada pengaruh dari variabel bebas secara simultan pada variabel terikat. Tingkat yang dipakai sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F lebih keжил 0.05 maka diartikan yaitu variabel

independen secara simultan berpengaruh variabel dependen maupun sebaliknya.

Memiliki ketentuan yaitu :

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2016).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau yang bisa disimbolkan dengan R_2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung dari model statistik dan merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model variabilitas dari data asli. Secara umum R_2 digunakan sebagai informasi mengenai kecocokan suatu model (Sihabudin, 2021).

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, untuk mengetahui arah hubungan antar variabel apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif (Sihabudin, 2021). Untuk melihat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Keputusan mahasiswa

a = Konstansa

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Promosi

b_1, b_2 = Koefisiensi regresi

3.9 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) atau bisa disebut uji hipotesis parsial adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nol. Uji ini digunakan ketika informasi mengenai nilai simpang baku populasi tidak diketahui (I Putu Ade Andre Payadnya, 2012). Dalam pengambilan keputusan menggunakan uji t ada 2 pedoman yaitu:

1. Jika nilai sig lebih besar 0,05 = H_0 Dditolak dan H_a di terima.
2. Jika nilai sig lebih kecil 0,05 = H_0 diterima dan H_a di tolak.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang dimana berdomisili di Solo Raya diantaranya adalah di Boyolali, Klaten, Karanganyar, Sukoharjo, Surakarta, Sragen dan Wonogiri dimana memiliki ketentuan yaitu sebagai nasabah atau pengguna tabungan di Bank Jateng Syariah.

Kuisoner langsung di sebar kepada responden melalui *google* formulir yang menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah. Usia, asal kampus, agama, jenis kelamin, Domisili akan digunakan untuk menentukan data yang dikumpulkan. Identifikasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum mengenai responden penelitian.

Jumlah keseluruhan yang diperoleh dari lapangan keseluruhan adalah 105 kuisoner, namun kuisoner yang digunakan dalam penelitian ini hanya 100 kuisoner. Hal ini dikarenakan 5 kuisoner tersebut tidak memenuhi kriteria yang diterapkan yaitu tidak memakai Bank Jateng Syariah dan berasal dari kampus lain selain 3 kampus yang menjadi kriteria. Berikut ini adalah profil 100 responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian :

4.1 .1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
< 20 Tahun	19	19 %

21-30 Tahun	76	76 %
31-40 Tahun	4	4 %
> 40 Tahun	1	1 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini telah dibagi berdasarkan umur responden dengan persentase dan pembagian umur < 20 Tahun sebanyak 19%, 21-30 Tahun sebanyak 76%, 31-40 Tahun sebanyak 4%, dan > 40 Tahun sebanyak 1%. Berdasarkan data yang ada, maka responden dengan usia < 20 Tahun dan 21-30 Tahun mendominasi pada penelitian yang dilakukan selanjutnya dilanjutkan dengan responden dengan 31- 40 tahun dan > 40 tahun.

4.1 .2 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Kampus

Deskripsi responden berdasarkan asal kampus dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Asal Kampus

Asal Kampus	Jumlah Responden	Persentase
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	33	33%
Universitas Muhammadiyah Surakarta	34	34%
Universitas Duta Bangsa	33	33%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden telah berpartisipasi dalam penelitian ini telah dibagi berdasarkan asal kampus responden. Yang di mana responden terbanyak dalam penelitian ini berasal dari kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 34 responden dan dua

kampus berikutnya yaitu Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan Universitas Duta Bangsa jumlah respondennya sama yaitu 33 responden.

4.1 .3 Deskripsi Responden Berdasarkan Agama

Deskripsi responden berdasarkan agama dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah Responden	Presentase
Islam	100	100%
Kristen	0	0%
Katolik	0	0%
Hindu	0	0%
Buddha	0	0%
Konghucu	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terdapat enam agama yang dicantumkan dan semua responden beragama Islam. Maka dapat disimpulkan bahwa semua responden yang berada di Solo Raya beragama Islam. Sehingga dalam presentase terdapat 100% presentase dan dalam jumlah responden terdapat 100 responden.

4.1 .4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	38	38%
Perempuan	62	62%
Total	100	100%

Sumber:Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas terdapat sebanyak 38% presentase laki-laki atau sebanyak 38 jumlah responden sedangkan untuk presentase perempuan

sebanyak 62% atau sebanyak 62 jumlah responden. Maka responden perempuanlah yang mendominasi.

4.1 .5 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Deskripsi responden berdasarkan domisili dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Presentase
Boyolali	13	13%
Klaten	13	13%
Karanganyar	19	19%
Sukoharjo	15	15%
Surakarta	17	17%
Sragen	11	11%
Wonogiri	12	12%
Total	100	100%

Sumber: data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas terdapat tujuh domisili dari responden yang diantaranya adalah Boyolali dengan presentase 13% dengan jumlah responden sebanyak 13 responden, Klaten dengan presentase sebanyak 13% dengan jumlah responden sebanyak 13 responden, Karanganyar memiliki presentase sebanyak 19% dengan jumlah responden sebanyak 19 responden, Sukoharjo presentase sebanyak 15% dengan jumlah responden sebanyak 15 responden, Surakarta presentase 17 % dengan jumlah responden sebanyak 17 responden, Sragen presentase 11% dengan jumlah responden sebanyak 11 responden, Wonogiri presentase sebanyak 12% dengan jumlah responden sebanyak 12 responden. Maka yang mendominasi adalah Karanganyar dan Surakarta disusul dengan Sukoharjo, Boyolali, Klaten, Wonogiri dan Sragen.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, uji instrument data dilakukan untuk melihat apakah kuisioner yang disebar kepada responden tersebut reliable dan akurat atau tidak. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui dengan baik atau tidaknya suatu instrument. Dalam penelitian ini instrument penelitian yang digunakan adalah:

1. Uji Validitas

Dalam uji validitas menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen untuk menguji validitas mengenai penelitian ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan promosi sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan menabung dalam Bank Jateng Syariah.

Uji validitas bias dikatakan valid jika setiap pertanyaan dalam kuisioner dapat digunakan sebagai perantara untuk mrngungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Rosita, 2021). Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r tersebut positif, maka pertanyaan dalam kuisioner dinyatakan *valid* begitupun sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan dalam kuisioner tersebut tidak *valid*. Hasil dari uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0.196	0.830	<i>Valid</i>
	X1.2	0.196	0.799	<i>Valid</i>
	X1.3	0.196	0.819	<i>Valid</i>
	X1.4	0.196	0.845	<i>Valid</i>
	X1.5	0.196	0.862	<i>Valid</i>
	X1.6	0.196	0.841	<i>Valid</i>
	X1.7	0.196	0.870	<i>Valid</i>
	X1.8	0.196	0.836	<i>Valid</i>
	X1.9	0.196	0.867	<i>Valid</i>
	X1.10	0.196	0.774	<i>Valid</i>

	X1.11	0.196	0.859	<i>Valid</i>
	X1.12	0.196	0.878	<i>Valid</i>
	X1.13	0.196	0.865	<i>Valid</i>
	X1.14	0.196	0.843	<i>Valid</i>
	X1.15	0.196	0.789	<i>Valid</i>
Promosi	X2.1	0.196	0.773	<i>Valid</i>
	X2.2	0.196	0.848	<i>Valid</i>
	X2.3	0.196	0.799	<i>Valid</i>
	X2.4	0.196	0.818	<i>Valid</i>
	X2.5	0.196	0.818	<i>Valid</i>
	X2.6	0.196	0.897	<i>Valid</i>
	X2.7	0.196	0.838	<i>Valid</i>
	X2.8	0.196	0.685	<i>Valid</i>
	X2.9	0.196	0.847	<i>Valid</i>
	X2.10	0.196	0.784	<i>Valid</i>
	X2.11	0.196	0.750	<i>Valid</i>
	X2.12	0.196	0.870	<i>Valid</i>
Keputusan Menabung	Y.1	0.196	0.819	<i>Valid</i>
	Y.2	0.196	0.865	<i>Valid</i>
	Y.3	0.196	0.770	<i>Valid</i>
	Y.4	0.196	0.840	<i>Valid</i>
	Y.5	0.196	0.865	<i>Valid</i>
	Y.6	0.196	0.745	<i>Valid</i>
	Y.7	0.196	0.854	<i>Valid</i>
	Y.8	0.196	0.775	<i>Valid</i>
	Y.9	0.196	0.878	<i>Valid</i>
	Y.10	0.196	0.851	<i>Valid</i>
	Y.11	0.196	0.793	<i>Valid</i>
	Y.12	0.196	0.854	<i>Valid</i>
	Y.13	0.196	0.740	<i>Valid</i>
	Y.14	0.196	0.841	<i>Valid</i>
	Y.15	0.196	0.847	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa nilai keseluruhan dari r hitung menunjukkan positif dan lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuisioner tersebut *valid* atau lolos uji validitas.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan dengan tujuan untuk melihat apakah kuisioner yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan reliabel atau

tidak. Pada uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Apabila suatu variabel menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,80$ maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel (Rosita, 2021). Hasil uji reliabilitas adalah berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Kualitas Layanan	0.969	0,80	<i>Reliabel</i>
Promosi	0.949	0,80	<i>Reliabel</i>
Keputusan Menabung	0.964	0,80	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa semua variabel yakni kualitas pelayanan, promosi sebagai variabel independen dan keputusan menabung sebagai variabel dependen mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* yang cukup besar yakni di atas nilai 0,80. Dengan demikian maka disimpulkan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah variabel normal atau tidak, dalam uji normalitas ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Apabila nilai signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* $< 0,05$ maka data tidak normal, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* $> 0,05$ maka data normal. Hasil pengujian uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58515733
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.053
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158 ^c

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.8 di atas nilai atau signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,158. Maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas normal sebab nilai signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* $0,158 > 0,05$.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan guna mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan suatu korelasi pada variabel independen (Ghozali I., 2016). Maka untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi penelitian ini menggunakan nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mengetahui atau dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas maka nilai tolerance masing-masing variabel independen diatas 0,10 sedangkan untuk nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen dibawah 10. Hasil uji multikolinieritas adalah berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a	
Model	Collinearity Statistics

		Tolerance	VIF
1	X1	.292	3.430
	X2	.292	3.430

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.9 di atas hasil uji multikolinearitas diketahui nilai *tolerance* X1 sebesar 0,292 dan X2 sebesar 0.292 sedangkan untuk nilai VIF pada X1 diketahui sebesar 3,430 dan X2 sebesar 3,430. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* pada masing-masing variabel independen menunjukkan di atas 0,10 dan nilai VIF pada masing-masing variabel independen menunjukkan di bawah 10. Hal ini disimpulkan bahwa variabel-variabel di atas tidak menunjukan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menguji mengenai apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lainnya (Ghozali, 2016). Peneliti menggunakan uji glejser untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Bisa dikatakan tidak terjadi *problem* heteroskedastisitas jika nilai signifikan $> 0,05$ begitupun sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			X1	X2	ABSRES
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.653**	.083
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.412
		N	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.653**	1.000	-.084

		Sig. (2-tailed)	.000	.	.407
		N	100	100	100
	ABSRES	Correlation Coefficient	.083	-.084	1.000
		Sig. (2-tailed)	.412	.407	.
		N	100	100	100

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

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.1 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi X1 sebesar 0,412 dan nilai X2 sebesar 0,407. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 yaitu kualitas layanan dan promosi tidak terjadi heteroskedastisitas karena kedua nilai variabel tersebut memiliki nilai lebih tinggi dari 0,05.

4.2.3 Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji F

Uji F dipergunakan mengetahui apakah semua variabel independennya mempunyai pengaruh secara simultan pada variabel dependen. Variabel independen yang mempunyai pengaruh pada variabel dependen apabila memiliki kriteria taraf signifikan $F < 0,05$ begitupun sebaliknya apabila nilai $F > 0,05$ maka tidak mempengaruhi variabel dependen. (Ghozali, 2016). Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7094.939	2	3547.470	520.093	.000 ^b
	Residual	661.621	97	6.821		
	Total	7756.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.11 di atas diketahui bahwa hasil dari uji F variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal itu dapat dilihat dari nilai Fhitung yaitu sebesar 520.093 sedangkan nilai signifikasinya sebesar 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga model regresi berganda ini layak digunakan dan variabel independen yang meliputi kualitas layanan dan promosi memiliki pengaruh kepada variabel dependen yaitu keputusan menabung.

2. Koefisiensi Determinan (R^2)

Koefisiensi Determinan (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yang dimana nilai koefisien determinasi berkisar antara (0) sampai dengan (1) (Ghozali, 2016). Berikut adalah hasil uji koefisiensi determinan (R^2) :

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.915	.913	2.612

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

Dari tabel 4.12 di atas nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,913. Hal ini berarti 91,3% keputusan menabung (Y) dapat dijelaskan oleh kualitas layanan (X1) dan promosi (X2) sedangkan sisanya yaitu $100\% - 91,3\% = 8,7\%$

dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar variabel independen yaitu kualitas layanan dan promosi.

4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan dari variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Berikut adalah hasil uji analisis regresi linear berganda :

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.312	1.803		1.837	.069
	X1	.591	.056	.583	10.613	.000
	X2	.477	.063	.412	7.511	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.13 di atas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,312 + 0,591 X_1 + 0,477 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut maka dapat disimpulkan menjadi berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,312 yang artinya pada nilai atau skor variabel independen (kualitas layanan dan promosi) nilainya sama dengan 0, maka

tingkat keputusan nasabah dalam menabung di bank jateng syariah sebesar 0,312.

2. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X_1) sebesar 0,591 artinya jika variabel kualitas layanan meningkat 1 angka, maka akan meningkatkan keputusan nasabah menabung di bank jateng syariah sebesar 0,591.
3. Nilai koefisien regresi promosi (X_2) sebesar 0,477 artinya jika variabel promosi meningkat 1 angka, maka akan meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung di bank jateng syariah sebesar 0,477.

4.2.5 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji T adalah uji yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen (kualitas layanan dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan menabung) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2016). Pengujian akan dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji hipotesis parsial atau uji T dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.312	1.803		1.837	.069
	X1	.591	.056	.583	10.613	.000
	X2	.477	.063	.412	7.511	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Dari tabel 4.14 di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji hipotesis 1 (Kualitas layanan terhadap keputusan menabung)

Hasil dari uji pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung menunjukkan nilai positif yaitu sebesar $10.613 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang dimana hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya dalam hipotesis ini bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung (Y).

2. Uji hipotesis 2 (Promosi terhadap keputusan menabung)

Hasil dari uji promosi terhadap keputusan menabung menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar $7.511 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang dimana hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya dalam hipotesis ini dinyatakan bahwa variabel promosi (X_2) terhadap keputusan menabung (Y) memiliki pengaruh.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung

Hasil dari hitung analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) memiliki signifikansi terhadap keputusan menabung (Y) nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $10.613 > 1,984$. Artinya bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan menabung (Y).

Semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan keputusan mahasiswa untuk menabung di Bank Jateng Syariah. Begitupun sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan buruk maka akan rendah pula peminat untuk menggunakan Bank Jateng Syariah. Hal tersebut

sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zahara, 2020), (Widayanto, 2022), (Rahayu, 2021), (Mustaqim Pabbajah, 2019), (Fuad, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah atau mahasiswa.

Kualitas layanan dalam perusahaan menjadi suatu keharusan yang ada karena supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan atau nasabah. Keberhasilan perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. Dalam penelitian menggunakan beberapa indikator yaitu *tangible, reability Responsiveness, Assurance, dan Empaty*. Adanya penerapan indikator tersebutlah yang mampu menarik nasabah untuk menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah.

4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung

Hasil dari hitung analisis data menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikansi terhadap keputusan menabung (Y) nilai signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $7.511 > 1,984$. Dimana yang berarti bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X2) memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan menabung (Y).

Promosi merupakan kegiatan mengenalkan produk kepada konsumen. Promosi bias dilakukan dengan berbagai cara, bisa memanfaatkan teknologi seperti contohnya media social, televise, radio dan lainnya. Tak hanya lewat teknologi saja promosi bisa juga dilakukan melalui media cetak seperti pembagian brousur dan promosi juga bisa dilakukan secara langsung kepada

konsumen atau bisa juga melalui event-event yang melibatkan masyarakat. Promosi ini memiliki tujuan agar konsumen tertarik dengan produk yang di promosikan dan berakir mengambil keputusan menggunakan produk tersebut.

Semakin banyak promosi atau pengenalan produk maka semakin baik juga untuk kedua pihak dimana perusahaan akan diuntungkan jika pengguna produk semakin banyak pihak konsumen pun juga begitu yang dimana akan meringankan pihak konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Yoga, 2022), (Diana Ulfa, 2018), (Omar Hendro, 2020), (Djharuddin, 2021), (Rini, 2022) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang diteliti oleh penulis mengenai analisis pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah. Maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik diantaranya yaitu:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah. Artinya bahwa variabel kualitas layanan dan keputusan memiliki hubungan yang memengaruhi dan searah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberian kualitas layanan oleh Bank Jateng Syariah dalam menyediakan fasilitas dan layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah sehingga dapat membuat nasabah memutuskan menabung di Bank Jateng Syariah.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Jateng Syariah. Artinya bahwa variabel promosi dan keputusan memiliki hubungan yang searah dan memengaruhi. Dimana pihak Bank yang menyediakan promosi mengenai produk-produknya untuk menarik nasabah agar memilih menggunakan produk Bank Jateng Syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi oleh Bank Jateng Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga dapat membuat nasabah memutuskan menabung di Bank Jateng Syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini dirancang sebaik-baiknya oleh peneliti, namun masih terdapat beberapa keterbatasan . Berikut adalah keterbatasan penelitian ini:

1. Penggunaan variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan yang mencakup *tanglibe*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan promosi yang mencakup *advertising*, *sales promotion*, *publication*, *personal selling*. Sehingga kemungkinan masih terdapat variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan tabungan Bank Jateng Syariah.
2. Penelitian ini hanya menggunakan responden mahasiswa yang berdomisili Solo Raya .

5.3 Saran-saran

Saran- saran berikut dibuat oleh penulis berdasarkan kesimpulan sebelumnya:

1. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel baru agar menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai penelitian.
2. Bagi Bank Jateng Syariah sebaiknya meningkatkan kualitas layanan dan promosinya salah satunya dengan melakukan *survey* kepada beberapa nasabah. Hal itu perlu dilakukan agar meningkatkan ketertarikan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik, A. S. (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. *Jurnal Margin*, Vol. 1, No. 1, 28-43.
- Abdul Rachman, D. P. (2022). Tantangan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, No. 2, 352 –365.
- Afriyanti, N. (2021). *Theory Of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. Bengkulu: CV Brimedia Global.
- Akhmad Darmawan, S. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Si Bank Jateng Syariah. *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 18, No. 1, 43-52.
- Amalia, F. A. (2019). Investasi Tabungan Di Bank Syariah Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 68-94.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No.1, 44-57.
- Anjar Arista Sari, S. A. (2020, Juni). Pengaruh Promosi Islam Dan Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Pengadaian Syariah Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, 187-199.
- Anwar Maarif Fatah, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (BSM) PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Ekonomi Daan Bisnis*, Vol. 9, No. 1, 1-15.
- Ardhila Laela Kusumastuti, M. A. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Jateng Cabang Pembantu Sampangan. *Keunis Majalah Ilmiah*, Vol. 7, No.1, 49-63.
- Astri Ayu Purwati, A. (2021, January). Analyis Of Theory Of Planned Behavior (TPB) In Realizing The Human Resources Enterepreneurship (Case Study Of STIE Pelita Indonesia). *Journal Of Applied Business And Technology*, Vol. 2, No. 1, 73-82.
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Law and Justice*, Vol. 2, No.1, 54-65.
- Cindy Claudia Thohari, L. H. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, Vol. 9, No. 1, 46-57.

- Daniel Ortega, A. A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 87 - 98.
- Darsono, d. (2017). *Perbankan Syariah Di Indonesia Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan*. Depok: Rajawali Pers.
- Dharmawaty Djaharuddin, A. I. (2021). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah. *Journal Of Management*, Vol. 4, No. 2, 574-586.
- Diana Ulfa, U. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 8, No. 1, 62-72.
- DR. DRS. Ngatno, M. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi Dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: CV. Farisma Indonesia.
- Dr. Fenti Hikmawati, M. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Dr. Garaika Darmanah, S. M. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Dr. Muhammad Muhyi, M. D. (2018). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press.
- Drs. Syahrudin, M.Pd, D. S. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Engkur. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 14, No.01, 23-35.
- Feiby Rosali Demmassabu, S. J. (2023, Januari). The Analysis Of Service Quality, Promotion And Product Innovation Influence Toward The Decision To Become Clients In Bank Sinarmas Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 11, No. 1, 259-270.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Mu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 485-495.
- Helmi Haris, N. S. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). *Jurnal Muqtasid*, Vol. 3, No. 1, 1-24.
- Hilmi Musyaffa, M. I. (2022, Agustus). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business*, Vol. 2, No. 2, 167-177.

<https://www.bankjateng.co.id>

<https://www.ojk.go.id/>

- I Komang Sukendra, I. K. (2020). *Instrumen Penelitian*. Lumajang: Mahameru Press.
- I Putu Ade Andre Payadnya, I. G. (2012). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Indana Almas Azhar, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, Vol. 3, No. 1, 61-73.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Maisyaroh, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*.
- Melina Agustina Rahayu, M. W. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2, No. 1, 143-159.
- Meryanti, T. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Dana Nagoya. *Jurnal EMBA*, Vol. 8, No. 3, 84-92.
- Mohamad Hariyanto A. Damoiko, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 1-13.
- Muh. Arafah, M. (2019). Sistem Keuangan Islam: Sebuah Telaah Teoritis. *Al-Kharaj: Journal Of Islamic Economic And Business*, Vol. 1, No. 1, 56-66.
- Muhammad Fajar Fahrudin, E. Y. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bnak Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 5, No. 1, 149-162.
- Muhammad Fuad Hakim Zamzami, R. S. (2022). Tinjauan Hukum Terhadap Eksistensi Unit Usaha Syariah Bank Jawa Tengah. *Jurnal Hukum*, Vol. 14, No. 1, 200-217.
- Muhammad, D. W. (2014). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Permodalan Bank Syariah. *Jurnal Media Hukum*, Vol. 21, No. 1, 44-56.
- Muhith, A. (2012, September). Sejarah Perbankan Syariah. *Attanwir Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*, Vol. 1, No. 2, 69-84.
- Muliawan Hamdani, I. G. (2022). Beberapa Faktor Penentu Keputusan Menabung Di PT BANK Syariah Indonesia Kota Pekalongan. *Jurnal AKTUAL*, Vol. 20, No. 2, 1-14.
- Mursid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mustaqim Pabbajah, R. N. (2019). The Factors Of Service, Religiosity and Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal Of Business, Humanities, Education, and Social Sciences*, Vol. 1, No. 2, 13-26.

- Nazzarudin Aziz, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, Vol. 03, No. 03, 227-234.
- Ni Nyoman Anggar Seni, N. M. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 12, 4043-4068.
- Ni Nyoman Yuliarini, A. A. (2019). *Metode Riset Jilid 3*. Denpasar: CV. Sastra Utama.
- Nofa Hari Widayanto, A. M. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Produktif Pada Bank Jateng Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bank Jateng Cabang Pembantu Wanadadi Banjarnegara). *Jurnal Magisma*, Vol. 10, No. 2, 244-257.
- Novita Erliana Sari, N. A. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5, No. 2, 60-67.
- Nur Huri Mustofa, W. W. (2021). Analisis Pengaruh Memutuskan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 1, 56-96.
- Nur Muhammad Agung Tri Yoga, I. M. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan pengajuan, promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan studi kasus di bank syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan (JEBP)*, Vol. 2, No. 1, 91-104.
- Nurudin, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 3 No. 2, 142-156.
- Nurul Laily Abdullah Putri, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 120-140.
- OJK. (2023). <https://www.ojk.go.id/>.
- OJK.. <https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx>
- Omar Hendro, D. I. (2020). Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Isamic Banking*, Vol. 5, No. 2, 73-98.
- Onny Fitriana Sitorus, N. U. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta.
- Parastika, T. H. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita ; Keislaman, Sosial dan Sains*, Vol. 10, No. 01, 177-187.

- Popi Adiyes Putra, S. S. (2022). Fatwa (al-ifta'); Signifikansi Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, Vol. 19, No. 1, 27-38.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 2, 113-122.
- Prastiwi, L. E. (2021). Anaysis Of The Influence Of Religiosity, Environment, And Reputation Factors On Customer Decisions On Saving At KSPPS BMT Amanah Ummah. *International Journal Of Economics, Business, And Accounting Research (IJEBAR)*, Vol. 5, No. 1.
- Rahmadi, S. M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmayanti, A. (2018). Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1, 72-85.
- Restu Fajar Maulida, N. R. (2022, April). Pengaruh Kualitas Layanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol. 3, No. 1, 29-42.
- Riadi, M. (2022). Pelayanan Pelanggan, Aspek, Karakteristik, Indikator dan Manfaat. *Jurna Manajemen*.
- Ridwan, S. M. (2021). *Konsep Metodologi Penelitian Bagi Pemula*. Jambi: Anugerah Pratama Press.
- Rif'atun Nikmah, A. S. (2023, Januari). Analisis Pengaruh Pelayanan, Suku Bunga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Nur Semesta Indah Cabang Semboro. *Jurnal Mahasiswa Entreprenuer (JME)*, Vol. 2, No. 1, 1-15.
- Rini, E. E. (2022, Januari). Pengaruh Promosi, Penerapan Prinsip Syariah, Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Bank BNI Syariah Cabang Pasuruan. *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 3, No. 1, 52-62.
- Rizal Zulkarnain, H. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, 1-24.
- Rokhmania Nurmaeni, S. H. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah, TBK Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 2, 303-312.
- Rudy Widodo, G. A. (2022, Mei). Prediksi Pertumbuhan Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, No. 1, 53-62.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

- Sandi Andika, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 2*, 1250-1257.
- Saputri, A. (2022, Agustus). Increasing Knowledge Among Youth About Islamic Banks Through. *LMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 2, No. 2*, 134-138.
- Setyawan, D. A. (2014). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Surakarta: Word Press.
- Sihabudin, D. W. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. Jakarta Timur: UKI PRESS.
- Siti Walida Mustamin, J. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 8, No. 2*.
- Sitti Aisya, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Journal Of Islamic And Bussines, Vol. 2, No. 1*, 16-33.
- Syamsul Alam, N. N. (2022, 2022). Service Quality Towards Banking Customer Satisfaction And Loyalty PT. Bank Mandiri. *Journal Manajemen, Vol. 27, No. 3*, 385-406.
- Ulpah, M. (2020). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Madani Syariah, Vo. 3, No. 2*, 147-160.
- Wahyu Utami, M. S. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 79-89.
- Wiyanto. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tinggi Dan Rendah Nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Salatiga. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 7, No. 2*, 117-135.
- Yanti, R. P. (2023, Januari). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jambi Sungai Bahar. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika, Vol. 2, No. 1*, 10-18.
- Yeni Nurika, A. R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat (Studi Pada PT. BSI Kuala Tungkal, Jambi). *Jurnal Nisbah, Vol. 7, No. 2*, 98-105.
- Yulfan Arif Nurohman, R. S. (2021). Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Marger Bank Syariah. *Jurnal Among Makarti, Vol. 14, No.2*, 13-28.
- Zahara, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitaas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan iB Baitulla Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Nisbah, Vol. 6, No. 1*, 49-55.

Lampiran 2 Kuisioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah Bank Jateng Syariah

di Tempat

Assalamualaikum Wr, Wb.

Saya adalah mahasiswi program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan S1-Perbankan Syariah Di UIN Raden Mas Said Surakarta yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (skripsi) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Jateng Syariah (Studi Pada Mahasiswa Solo Raya)”

Sehubungan dengan itu, saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk mengisi angket (kuisisioner) penelitian ini secara jujur. Semua data tersebutnya untuk menyusun skripsi, bukan untuk dipublikasikan atau digunakan untuk kepentingan lainnya dan kerahasiaan identitas akan tetap terjaga.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pertanyaan pada kuisisioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamualikum Wr, Wb.

Hormat Saya

Kiki Katri N
195231294

Kuisisioner penelitian ini ditujukan kepada Mahasiswa Solo Raya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1 Mahasiswa aktif perguruan tinggi wilayah Solo Raya.
- 2 Menggunakan Tabungan Bank Jateng Syariah.

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan di bawah ini berdasarkan penilaian anda:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup (C)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

B. Identitas Responden

Kuisisioner penelitian ini ditujukan kepada Mahasiswa Solo Raya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1 Mahasiswa aktif perguruan tinggi wilayah Solo Raya
- 2 Menggunakan Tabungan Bank Jateng Syariah.

C. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan di bawah ini berdasarkan penilaian anda:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup (C)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

D. Identitas Responden

1. Nama Lengkap:
2. Usia:

- < 20 Tahun
- 21-30 Tahun
- 31-40 Tahun

- > 40 Tahun
2. Asal Kampus :
- UIN Raden Mas Said Surakarta
- Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Universitas Duta Bangsa
- Lainnya
4. Agama:
- Islam
- Kristen
- Katolik
- Buddha
- Hindu
- KonghuChu
- Lainnya
5. Jenis Kelamin:
- Laki-Laki
- Perempuan
6. Domisili:
- Boyolali
- Klaten
- Karanganyar
- Sukoharjo
- Surakarta
- Sragen

Wonogiri

7. Memakai Tabungan Bank Jateng Syariah:

Ya

Tidak

C. Pertanyaan Tentang Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	STS	TS	C	S	SS
1	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat kenyataan penampilan (<i>tangible</i>) dari tempatnya yang bersih dan indah.					
2	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat penampilan dari ruang tunggu yang nyaman dan bersih.					
3	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat penampilan dari pegawainya yang rapi dan bersih.					
4	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat keandalan pegawai memberikan pelayanan secara teliti dan tepat waktu.					
5	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena melihat keandalan yang dilakukan pegawainya dalam menjelaskan apa saja produk yang dimiliki Bank Jateng Syariah secara detail dan jelas.					
6	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat keandalan yang dilakukan pegawai dalam menghadapi keluhan nasabah.					
7	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena saya melihat pegawai dalam melayani nasabah secara cepat dan tanggap (<i>responsiveness</i>).					
8	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat pegawainya melayani dengan tulus dan sabar.					
9	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat pegawainya melayani dengan baik dan sesuai prosedur.					
10	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena ada jaminan (<i>assurance</i>) dari lembaga penjamin syariah .					
11	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena saya melihat pegawai Bank Jateng Syariah cekatan dan mampu memberikan solusi kepada nasabah secara tanggap.					

12	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena saya melihat pegawai Bank Jateng Syariah melayani dan menerima nasabah dengan baik.					
13	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena melihat pegawainya dalam melayani sangat berempati (<i>empaty</i>) kepada nasabah.					
14	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena pegawainya tau apa yang dibutuhkan oleh nasabah sesuai kebutuhan dan keinginan.					
15	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena memberikan waktu pelayanan yang cukup pada setiap nasabah.					

D. Pertanyaan Tentang Promosi

No	Pertanyaan	STS	TS	C	S	SS
1	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena adanya iklan (<i>advertising</i>) yang menarik melalui papan nama yang tertera di depan Bank.					
2	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena adanya iklan yang sangat membantu dalam promosi produk tabungan.					
3	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat iklan di media sosial.					
4	Saya memilih tabungan Bank Syariah karena tertarik dengan promosi penjualan yang dilakukan melalui penyebaran <i>brousur</i> .					
5	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena melihat peningkatan pengguna tabungan setelah adanya promosi penjualan.					
6	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena adanya promosi lewat media sosial.					
7	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena tertarik dengan publisitas yang dilakukan oleh Bank Jateng Syariah melalui <i>internet</i> .					
8	Saya tertarik menabung di Bank Jateng Syariah karena <i>publisitas</i> yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank.					
9	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena bagus rating <i>public</i> dan bagus informasi mengenai Bank Jateng Syariah.					

10	Saya memilih tabungan Bank Jateng Syariah karena adanya pengenalan produk secara pribadi atau tawaran pribadi kepada saya.					
11	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena adanya ajakan dari teman saya.					
12	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung					

E. Pertanyaan Tentang Keputusan Menabung

No	Pertanyaan	STS	TS	C	S	SS
1	Saya tertarik dengan tabungan Bank Jateng Syariah karena sesuai dengan apayang saya harapkan dan kebutuhan saya.					
2	Saya tertarik menabung di Bank Jateng Syariah karena keamananya terjamin.					
3	Saya tertarik dengan tabungan Bank Jateng Syariah karena sesuai dengan syariat islam.					
4	Saya tertarik dengan tabungan Bank Jateng Syariah karena pencarianinformasi (<i>information search</i>) sesuai dengan yang saya harapkan.					
5	Saya tertarik menabung karena adanya berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai keunggulan Bank Jateng Syariah.					
6	Saya mendapatkan informasi mengenai Bank Jateng Syariah dari kerabat yang lebih dahulu menjadi nasabah.					
7	Saya tertarik dengan tabungan Bank Jateng Syariah karena sesuai dengan evaluasi dan alternatif yang saya harapkan.					
8	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena menawarkan produk yang bebas dari riba.					
9	Saya memilih menabung di Bank Jateng Syariah karena terdapat beragam produk yang memenuhi kebutuhan nasabah dalam menabung.					
10	Saya memutuskan memiih tabunganBank Jateng Syariah karena sesuai dengan kriteria di atas sehingga memutuskan menggunakan.					
11	Saya memutuskan menabung di Bank Jateng Syariah karena produk tabungannya berlandaskan hukum islam					

12	Saya memutuskan menabung di Bank Jateng Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
13	Setelah memakai tabungan Bank Jateng Syariah saya merekomendasikan kepada teman saya.					
14	Saya merasa puas menabung di Bank Jateng Syariah.					
15	Saya tetap menggunakan jasa Bank Jateng Syariah karena Bank Jateng Syariah memenuhi harapan serta kebutuhan saya.					

Lampiran 3 Data Penelitian

Nama	Usia	Asal Kampus	Agama	Jenis Kelamin	Domisili	Memakai Bank Jateng Syariah
Farel Adi Kurniawan	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Klaten	Ya
Siti Marhamah	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Suhadah	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
Dewi Sulistyani	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Ratri dwi wulandari	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Eviliana	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Luluk Wihani	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
Risma Febita L	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
Mu'jizah Uyun K	<20 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Nur Isna F	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Nurul Dyan	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
Vini Nur Devika	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Selly Marsipta	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Niken handayani	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
Shofia Nur Fadhillah	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Mufidda Arifah Rahm	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Dwi Novita Sari	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
Resti Oktavia Sari	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
Sischa Widiyastuti	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Amirul Mabruri	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Klaten	Ya
Nur Kholifah	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya

Yazid Vian A	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Indri Lestari	31-40 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Flavio Aditya	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Surakarta	Ya
Puan Dian Ari F	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Yusuf Nur Azis	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
Amin Ramdan S	31-40 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Klaten	Ya
Fajar Wahyu S	31-40 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Wonogiri	Ya
Indy kurnia	<20 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Aisyah Fida Fiyana	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
Deni Irvan	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Sragen	Ya
Yusril A Prayoga	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Wonogiri	Ya
Yuliana Fatmawati	>40 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Bela Aji Puspitaning	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Anisya Rahayusari	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Muhammad Nasrul K	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Mega Kusuma Wati	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Danu Eko Prastyo	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Wonogiri	Ya
Eka Nur Jayani Y	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Yoga Nasution	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
Aprilina Yonara W	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
Dyiah Nur Alfina M	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya

Krisna Bayu S	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Adi Wahyu Wibowo	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
Muhamad Danu Maulana	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Surakarta	Ya
HANIDA NUR INDRIANI	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Ayu nur cahya widodo	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Ariza Rama Firdawan	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Klaten	Ya
HARUN NUR ROZIKIN	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Wonogiri	Ya
Beta nurlaili	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Ika Nilam Wiji S	<20 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Farida Nur Setiarsih	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
Ahmad Roihan A	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Muh Habib Tafsirri	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
lidya zahra	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Jamilatul NurFitriyah	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Lianatul Tri Nur Inihayah	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Nufria Leni Yahima	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
Edwin Putra Nur r	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Sragen	Ya
Avifah nur cahya aini	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
Raihan Feri Akram Al Nur	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya

Isnaini Nur F Husen	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
Dayyana Qothrun N	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Danisa Fitri NurYuliani	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
Putri Anya Nirwana	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Muhammad Akbar saputra	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Karangany ar	Ya
Muhammad Zidni N	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
Fitrianur Fatekhah	<20 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempua n	Klaten	Ya
Nur Amalafitra	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempua n	Surakarta	Ya
Arum Surani	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempua n	Surakarta	Ya
MEDIKA NISFAHU JANAH	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempua n	Surakarta	Ya
Dimas nugroho	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Karangany ar	Ya
ZAENAL PRADIO	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Wonogiri	Ya
zemma imroatull	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
Tria Aprilia Sunaryo	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
Febri Wijayanto	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Laki-laki	Klaten	Ya
Aifatul Nur Mufarida	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
Izzatul S Choirunisa	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
Maulani Ifada Wati	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Syahwal Nur Fauzi	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
Nawang Ambar Sari	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya

Nurjayanti	21-30 Tahun	UIN Raden Mas Said Surakarta	Islam	Perempuan	Sragen	Ya
Rosida Dwi Nur Fitriani	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Boyolali	Ya
ISNAINI KUSNUL	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya
andreas prayoga	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Boyolali	Ya
YULFA INAYA	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Perempuan	Klaten	Ya
adam fajarsyahari	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
JEFRI MAULA P	<20 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Sovinda Immelda Kurnawai	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Shofi Nur Qasanah Ulinuha	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Karanganyar	Ya
Giri Yuda Pradana P	21-30 Tahun	Universitas Duta Bangsa	Islam	Laki-laki	Karanganyar	Ya
Erwin Nur Revananda Eryansyah	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
Siti Fatimah M	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Sukoharjo	Ya
rendykyonis nugroho	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
Annisa'Istiqomatus Sholihah	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Muhammad Yunias Setiawan	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
GITA ARUM KUSUMA	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Sada kurniasari	<20 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Surakarta	Ya
Dhion Pramana Putra	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Laki-laki	Sukoharjo	Ya
Sedna Gravita	21-30 Tahun	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Islam	Perempuan	Wonogiri	Ya

Lampiran 4 Rekap Data Penelitian

NO	Kualitas Layanan															Rata-Rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	
1	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	63
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	72
4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
6	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
8	3	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	5	3	4	60
9	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	2	4	3	43
10	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
11	4	4	3	3	5	3	4	3	5	4	3	5	4	4	5	59
12	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
14	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	69
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
17	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
18	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	62
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
20	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	65
21	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	63
22	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	61
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	67
25	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	65
26	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	66
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	3	3	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	60
30	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	68
31	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
32	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	62
33	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	53
34	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	67
35	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	68

10	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	47
11	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	2	1	39
12	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	2	3	44
13	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	15
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	46
18	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	50
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
20	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	49
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	36
23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
24	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	54
25	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	53
26	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	53
27	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
28	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	52
29	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	43
30	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
31	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	48
32	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	49
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	35
34	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	55
35	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	52
36	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	54
37	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
38	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	53
39	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	49
40	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	48
41	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
42	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37
43	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	49
44	3	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	46
45	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	43
46	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	49
47	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	44
48	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	43

61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	62
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
64	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
67	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
68	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	39
69	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	67
70	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
71	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	61
72	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
74	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
75	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	62
76	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43
77	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
78	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
80	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	63
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
82	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	49
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
84	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
85	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	63
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	60
87	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	60
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
89	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
91	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	63
92	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	64
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	60
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
95	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	66
96	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4	4	4	3	4	4	57
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
100	4	4	4	4	4	1	3	5	4	4	5	4	2	4	4	56

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1.8	Pears on Correlation	.599**	.601**	.659**	.677**	.645**	.810**	.759**	1	.750**	.592**	.752**	.684**	.709**	.653**	.639**	.836**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.9	Pears on Correlation	.640**	.693**	.684**	.723**	.765**	.698**	.740**	.750**	1	.623**	.667**	.797**	.755**	.729**	.664**	.867**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.10	Pears on Correlation	.695**	.590**	.548**	.561**	.652**	.558**	.679**	.592**	.623**	1	.666**	.724**	.654**	.655**	.556**	.774**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.11	Pears on Correlation	.671**	.660**	.711**	.705**	.663**	.680**	.748**	.752**	.667**	.666**	1	.791**	.739**	.723**	.661**	.859**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.12	Pears on Correlation	.696**	.699**	.659**	.731**	.725**	.659**	.765**	.684**	.797**	.724**	.791**	1	.781**	.677**	.687**	.878**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.13	Pears on Correlation	.676**	.631**	.692**	.738**	.720**	.715**	.701**	.709**	.755**	.654**	.739**	.781**	1	.641**	.728**	.865**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.14	Pears on Correlation	.742**	.635**	.695**	.660**	.778**	.678**	.742**	.653**	.729**	.655**	.723**	.677**	.641**	1	.633**	.843**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1.15	Pears on Correlation	.699**	.562**	.635**	.601**	.708**	.620**	.654**	.639**	.664**	.556**	.661**	.687**	.728**	.633**	1	.798**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
X1	Pears on Correlation	.830**	.799**	.819**	.845**	.862**	.841**	.870**	.836**	.867**	.774**	.859**	.878**	.865**	.843**	.798**	1	

Y 6	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.583**	.560**	.468**	.562**	.576**	1	.727**	.414**	.567**	.617**	.428**	.635**	.697**	.656**	.603**	.745**
Y 7	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.706**	.685**	.545**	.701**	.734**	.727**	1	.523**	.702**	.702**	.579**	.738**	.703**	.774**	.723**	.854**
Y 8	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.586**	.654**	.728**	.654**	.643**	.414**	.523**	1	.674**	.692**	.747**	.621**	.422**	.548**	.627**	.775**
Y 9	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.734**	.762**	.643**	.729**	.754**	.567**	.702**	.674**	1	.808**	.687**	.757**	.595**	.737**	.721**	.878**
Y 10	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.734**	.653**	.643**	.608**	.705**	.617**	.702**	.692**	.808**	1	.725**	.690**	.614**	.632**	.681**	.851**
Y 11	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.602**	.732**	.711**	.606**	.672**	.428**	.579**	.747**	.687**	.725**	1	.653**	.366**	.587**	.696**	.793**
Y 12	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.695**	.750**	.583**	.700**	.686**	.635**	.738**	.621**	.757**	.690**	.653**	1	.596**	.749**	.712**	.854**
Y 13	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pears on Correlation	.604**	.519**	.450**	.656**	.602**	.697**	.703**	.422**	.595**	.614**	.366**	.587**	1	.657**	.589**	.740**

Y 1 4	Pears on Correl ation	.63 3**	.73 4**	.50 4**	.72 1**	.77 0**	.65 6**	.77 4**	.54 8**	.73 7**	.63 2**	.58 7**	.74 9**	.65 7**	1	.69 5**	.84 1**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0
Y 1 5	Pears on Correl ation	.62 6**	.73 7**	.63 6**	.65 0**	.75 5**	.60 3**	.72 3**	.62 7**	.72 1**	.68 1**	.69 6**	.71 2**	.58 9**	.69 5**	1	.84 7**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0
Y	Pears on Correl ation	.81 9**	.86 5**	.77 0**	.84 0**	.86 5**	.74 5**	.85 4**	.77 5**	.87 8**	.85 1**	.79 3**	.85 4**	.74 0**	.84 1**	.84 7**	1
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0

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

Uji Reliabilitas

Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	15

Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	12

Keputusan Menabung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.964	15

Nilai cronbachs alpha > 0,8 sehingga variabel memiliki reliabilitas tinggi

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58515733
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.053
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Nilai asymp sig 0,158 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.292	3.430
	X2	.292	3.430

a. Dependent Variable: Y

Nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF > 10 sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			X1	X2	ABSRES
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.653**	.083
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.412
		N	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.653**	1.000	-.084
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.407
		N	100	100	100
	ABSRES	Correlation Coefficient	.083	-.084	1.000
		Sig. (2-tailed)	.412	.407	.
		N	100	100	100

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

Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	7094.939	2	3547.470	520.093	.000 ^b
	Residual	661.621	97	6.821		
	Total	7756.560	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Variabel X1, X2 berpengaruh secara simultan terhadap Y karena nilai sig < 0,05 dan f

hitung > f tabel

Koefisien Determinan (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.915	.913	2.612
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Besarnya pengaruh yang dibekirkan X1, X2 terhadap y sebesar 91.5%

Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.312	1.803		1.837	.069
	X1	.591	.056	.583	10.613	.000
	X2	.477	.063	.412	7.511	.000
a. Dependent Variable: Y						

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.312	1.803		1.837	.069
	X1	.591	.056	.583	10.613	.000
	X2	.477	.063	.412	7.511	.000
a. Dependent Variable: Y						

Lampiran 6 Surat Perizinan Penelitian



Nomor : **2966** /PRC.03/2023
 Sifat : BIASA
 Lampiran : -
 Perihal : Perizinan Penelitian Mahasiswa

Semarang, 28 Maret 2023

Kepada :
 Yth. Dekan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 (UIN) Raden Mas Said Surakarta
 Jl. Pandawa Pucangan, Surakarta
 di
SUKOHARJO

Dengan hormat,

Menunjuk surat Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta nomor: B-302/U.n.20/F.IV.1/PP.00.9/02/2023 tertanggal 03 Februari 2023 perihal Permohonan Izin Penelitian, bagi mahasiswa :

Nama : Kiki Katri Nurkayati (NIM. 195231294)
 Jurusan : S1 – Perbankan Syariah
 Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Jateng Syariah (Studi pada Mahasiswa Solo Raya)

dapat kami sampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Bank Jateng menyetujui penelitian tersebut dan dapat dilaksanakan dengan jangka waktu maksimal 2 (dua) bulan di Bank Jateng Kantor Cabang Syariah Surakarta tetap berdasarkan pada ketentuan yang mengatur tentang penelitian yang berlaku di Bank Jateng dengan tetap berpedoman pada Prinsip Kerahasiaan Bank dan Kerahasiaan Perusahaan.
2. Tetap memperhatikan protokol kesehatan dan kebijakan pemerintah selama pelaksanaan penelitian berlangsung.
3. Surat ini hanya berlaku sebagai izin untuk melakukan penelitian, bukan sebagai surat keterangan telah melakukan penelitian. Bank Jateng akan mengeluarkan surat keterangan melalui Divisi Perencanaan Strategis bilamana mahasiswa tersebut telah menyelesaikan penelitiannya.
4. Setelah selesainya penelitian, mahasiswa wajib menyerahkan 1 (satu) *hardcopy* hasil penelitian yang telah ditandatangani dosen pengampu beserta *softcopy*-nya kepada Bank Jateng melalui Divisi Perencanaan Strategis.

Demikian untuk menjadikan maklum, atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

**PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH
 JAWA TENGAH**

Divisi Perencanaan Strategis



AGUS SAPTO PRASETIO

Kepala

TEMBUSAN disampaikan kepada Yth:

1. Pemimpin Bank Jateng KCS Surakarta
2. WD Bid. Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta
3. Sdri. Kiki Katri Nurkayati
4. Arsip

Lampiran 7 Dokumentasi



Wawancara Kepala Kantor Kas UIN Raden Mas Said Surakarta



Pembagian kuisioner pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta




Pembagian kuisioner pada mahasiswa Universitas Duta Bangsa



Pembagian kuisioner kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 8 Keterangan Turnitin




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id.
 – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Kiki Katri Nurkayati
 NIM : 195231294
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Jateng Syariah (Studi pada Mahasiswa Solo Raya)
 Paper ID : 2120248679
 Date : Jumat, 01 Desember 2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 23%



Sukoharjo, 04 Desember 2023
 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK.198906072018102003

LAMPIRAN

Muna_KIM PBS			
PRODUK TURNITIN			
23%	23%	16%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PUBLICATIONS			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id		10%
2	repository.usm.ac.id		2%
3	Submitted to Universitas Putera Batam		2%
4	Submitted to Universitas Muna Kudus		1%
5	e-repository.perpus.iainmalotiga.ac.id		1%
6	123doi.com		1%
7	core.ac.uk		1%
8	Submitted to ste-pembangunan		1%
9	Submitted to IAIN Pontianak		<1%

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Kiki Katri Nurkayati
Tempat dan Tanggal Lahir : Ngawi, 03 Oktober 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
No. Hp : 085608651023
E-Mail : kikikatrikikatri@gmail.com
Alamat : Dsn. Ngreco, RT 01 RW 04, Ds. Semen, Kec.
Paron, Kab. Ngawi

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Dharma Wanita Semen 3
2. SDN Semen 4
3. SMPN 2 Paron
4. SMKN 1 Paron
5. UIN Raden Mas Said Surakarta