

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG
MEDAN BARU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E) Program Studi Ekonomi Syariah*

Oleh :

MELDA SARI

NPM: 71190215016

PRODI EKONOMI SYARIAH



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG
MEDAN BARU**

SKRIPSI

Oleh :

MELDA SARI

NPM: 71190215016

Pembimbing I

Pembimbing II

Eli Agustami, S. ag., MA

Indra Suardi, Lc., MA

Medan, Maret 2023

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

MEDAN

2023



**FAKULAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN**

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen pembimbing skripsi :

Nama : **Melda Sari**
Npm : **71190215016**
Judul skripsi : **PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG
DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG MEDAN
BARU.**

Menyatakan bahwa berdasarkan hasil bimbingan selama ini, dan setelah dilakukan perbaikan terhadap kesalahan dalam penulisan skripsi ini, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasyah skripsi pada Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara.

Medan, Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Eli Agustami, S.ag., MA

Indra Suardi, Lc., MA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil Aalamiin, segala puji syukur tiada hentinya penulis hanturkan kehadiran Allah SWT yang Maha pemberi petunjuk, anugerah, dan nikmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK MUAMALAT KC MEDAN BARU**”.

Allahumma Sholli ala Muhammad, penulis curahkan kehadiran junjungan umat, pemberi syafa‘at, penuntun jalan kebajikan, penerang di muka bumi ini, seorang manusia pilihan dan teladan kita, Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulis dalam menyusun Skripsi ini, banyak menemukan hambatan dan kesulitan, tetapi berkat adanya arahan dan bimbingan serta bantuan baik secara material maupun spiritual dari semua pihak, maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Terima kasih banyak saya hanturkan dengan istimewa dan penuh rasa hormat kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda **Mufahir** dan Ibunda **Mida** serta saudari saya **Melva Fitri**. Orang tua yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalamdalamnya, penulis sampaikan kepada :

1. Ibu **Dr. H. Yanhar Jamluddin, M. AP** selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Mohammad Firman Maulana, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Sumatera Utara.

3. Ibu **Arifa Pratami, SE.I, M.E.K** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Bapak **Eli Agustami, S. ag., MA** selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak **Indra Suardi, Lc., MA** selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing Skripsi.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara.
6. Kepada wawak **Dina** dan wawak **Miyati** yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa.
7. Kepada semua keluargaku yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang sudah selalu mendukung, mendo'akan dan memberi semangat selama saya melakukan proses penyelesaian proposal skripsi ini.
8. Kepada Abang **Arkam S.E** Yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2019 yang telah berjuang bersama dan saling memberikan semangat dan bantuan satu sama lain.

Para Dosen, Penulis memohon ridho dan maghfirahnya, semoga segala dukungan serta bantuan semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT, semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca,

Aamiin. Wassalamu'alakum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Maret 2023

MELDA SARI

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Batasan Istilah	10
E. Hipotesis	11
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II : LANDASAN TEORI	14
A. Tinjauan Umum Promosi.....	14
1. Pengertian Promosi	14
2. Tujuan Promosi.....	15
3. Sasaran promosi.....	16
4. Indikator Promosi	18
B. Tinjauan Umum Digital Marketing	18
1. Pengertian Digital Marketing	18
2. Indikator Digital Marketing.....	24
C. Tinjauan Umum Produk	25
1. Pengertian Produk.....	25

2. Tabungan Produk Bank Muamalat	27
3. Tingkatkan Produk.....	29
4. Hierarki Produk.....	30
5. Indikator Produk	31
D. Tinjauan Umum Keputusan Nasabah Menabung.....	32
1. Pengertian Keputusan.....	32
2. Proses Pengambilan Keputusan	33
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli.....	35
E. Telaah Pustaka	37
F. Kerangka Penelitian	39
G. Hipotesis	39
BAB III : METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
C. Metode Penelitian.....	41
D. Variabel dan Indikator	42
E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Informan Penelitian	44
G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
H. Teknik Analisis dan Pengolahan Data.....	46
BAB IV : LAPORAN HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Bank Muamalat Cabang Medan Baru.....	52
1. Sejarah Bank Muamalat Cabang Medan baru	52

2. Visi, Misi dan Moto Bank Muamalat Cabang Medan Baru	56
3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabanag Medan Baru	57
B. Deskripsi Jawaban Responden	58
C. Analisis Statistik Deskriptif	62
D. Uji Validitas Dan Reliabilitas	70
E. Uji Asumsi Klasik	73
F. Uji Hipotesis	78
G. Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	60
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	62
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Variabel Promosi Digital.....	62
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel produk	64
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Nasabah.....	67
Tabel 4.10 Analisis Hasil Uji Validitas Promo Digital (Variabel X1)	70
Tabel 4.11 Analisis Hasil Uji Validitas Produk (Variabel X2)	71
Tabel 4.12 Analisis Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Variabel Y)	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penelitian	72
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1 Skala Likert	42
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Medan Baru.....	57
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas	73
Gambar 4.3 Plot Uji Normalitas	74
Gambar IV.4 Scatterplot	74

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudijono. 2008. *Pengantar Statistik Pendidikan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm 36
- Andhita Dessy Wulansari. 2016. “*Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*” (Yogyakarta: Pustaka Felicha), hal. 37
- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : prenada media group, hal. 144.
- Arikunto Suharsimin. 2011. *Standar Error dalam Penelitian Kuantitatif*, Bandung. Gramedia, 2011, hlm. 12
- Boone dan Kurtz. 2008. *Pemasaran Kontemporer*, terj. Arum (USA: Thomson Higher Education), 488.
- Budi Gautama Siregar. 2018. *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padang sidempuan*, Padang sidempuan: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman, Vol. 04 No. 3.
- “Bibit, *Wawancara*, 15 Januari 2023”
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Diponegoro, Bandung, hlm. 408
- Desiana, Dewi Susilowati dan Neginia Kencono Putri. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya*. Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 11 No.1.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi 3, 95

<https://kompasiana.com/>. Diakses Pada 10 Januari 2023 Pukul 20.45 WIB.

Imam Ghozali. 2013. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*” (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), h. 52.

Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*”, h. 98.

Jill Bamburg. 2008. *Mencapai Skala mengembangkan bisnismu tanpa menjual*, terj. Arum (San Francisco: Berrett-Koehler Publishers), 77-78

Jonathan Sarwono. 2012. *Metode Riset Skripsi Kuantitatif*, Media Komputindo, Jakarta, hlm 37

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media), 135.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media), 175

Kitab *bulugul marom*, bab riba, hadits no. 850.

Kotler and Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terj Septi, 153.

Khotibul Umam, *Bank Muamalat: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persabda, 2016), 80.

“Khumairotus solihah, *Wawancara*, 15 Januari 2023”

“*Laporan Tahunan Bank Muamalat*”, dalam www.bankmuamalat.co.id pada 12 November 2022 Pukul 12.00 WIB.

Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi kedua* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN), 225.

- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 342.
- Nurul Inayah dan Sri Sudiarti. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah* (Studi Kasus Di Pt. Bprs Puduarta Insani), hal. 206.
- Nur Rianto Al-Arif. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Muamalat* (Bandung: CV Alfabeta), 170.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, terj. Arum, 224.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1, terj. Bob Sabran, 24.
- Prof. Dr. Muhamad, M.Ag. 2019. *Sistem Keuangan Islam : Prinsip dan Operasionalnya di Indonesia*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, hal. 3.
- Sentot Imam Wahjono. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: PT. Graha Ilmu), 15-16.
- Sugiyono. 2017. *“Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung. CV Alfabeta), 97
- Suriyani dan Hendrayadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*, Prenada Media Group, Jakarta, hlm 171
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, hal. 34.
- Winamo Surakhmad. 2002. *Pengantar Penelitian Ilmiah dasar Metode dan Teknik*, Tarsito, Bandung, hlm 26

Lampiran

KUESIONER

I. Identitas Penulis

Nama : Melda Sari

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Asal Perguruan Tinggi: Universitas Islam Sumatera Utara

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi Digital dan Produk Terhadap
kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Kantor
Cabang Medan Baru

Dengan ini saya mohon kesediaan Abg/Kakak untuk mengisi daftar kuesioner. Informasi yang anda berikan hanya semata-mata untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Untuk itu, isilah kuesioner ini dengan jawaban yang sebenar-benarnya. Atas kesediaan saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Medan, 15 Maret 2023

Peneliti

MELDA SARI
NIM:71190215016

Keterangan: Berilah tanda checklist (√) pada kotak yang sesuai dengan identitas Anda!

II. Identitas Responden :

- No. Responden :
- a. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 : Perempuan
- b. Umur : : 19-22 Tahun
 : > 22 Tahun
- a. Pendidikan : : SMP
 : SMA
 : S1
 : S2

III. Petunjuk Pengisian :

1. Pilihlah jawaban paling tepat menurut anda.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama.
3. Isilah semua nomor dengan memilih satu diantara 5 alternatif jawaban dengan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom yang sudah disediakan.
4. Alternatif jawaban adalah sebagai berikut :

Keterangan :

Nilai

SS	= Sangat Setuju	5
S	= Setuju	4
KS	= Kurang Setuju	3
TS	= Tidak Setuju	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	1

1. Jawablah semua jawaban yang ada tanpa ada yang terlewat.

DAFTAR PERTANYAAN

I. Pembiayaan Promosi Digital (X)

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya promosi digital penting bagi nasabah		√			
2	promosi digital harus dipahami karyawan Bank Muamalat Cabang Medan Baru	√				
3	Digital adalah suatu alat di Bank Muamalat Cabang medan Baru		√			
4	Bank Muamalat Cabang Medan Baru menyediakan promosi digital		√			
5	Promosi digital sangat penting bagi setiap nasabah		√			

II. Produk (X2)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan Bank Muamalat Cabang Medan Baru sangat banyak di minati Nasabah	√				
2.	Bank Muamalat Cabang Medan Baru selalu ada produk baru		√			
3.	Produk yang ada di Bank Muamalat Cabang Medan Baru selalu meningkat		√			
4.	Dengan Meningkatnya produk yang ada di Bnak Muamalat Cabang Medan Baru menjadikan Bank tersebut Banyak diminati nasabah	√				
5.	Cabang Produk tersebut semakin bertambah	√				

II. Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Nasabah selalu puas dengan promosi digital yang di lakukan Bank Muamalat Cabang Medan Baru	√				
2.	Nasabah Selalu puas dengan produk yang di tawarkan Bank Muamalat Cabang Medan Baru		√			
3.	Pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Cabang Medan Baru sangat Baik sehingga nasabah selalu ramai		√			
4.	produk yang ada di Bank Muamalat Cabang Medan Baru selalu habis karna pelayanan yang baik	√				
5.	Kepuasan Nasabah Paling utama di Bank Muamalat Cabang Medan Baru	√				