

**PENGARUH PROMOSI, EDUKASI, MOTIVASI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI DI BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) KC KELAPA GADING 1**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

LENDRA DARMAWAN

NIM : 1917202024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, EDUKASI, MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMBELI TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH INDONESIA
(BSI) KC KELAPA GADING 1**

Yang disusun oleh Saudara **Lendra Darmawan NIM 1917202024** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 17 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
P. Dekan



Dz. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Lendra Darmawan
NIM : 1917202024
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Promosi, Edukasi* dan *Motivasi* terhadap Keputusan Nasabah Membeli Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 02 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Lendra Darmawan

NIM. 1917202024

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi penulisan skripsi dari saudari Lendra Darmawan, NIM. 1917202024, yang berjudul:

Pengaruh *Promosi, Edukasi dan Motivasi* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk di ujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 02 Oktober 2023

Pembimbing



Enjen Zaenal M, M. Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu. Sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

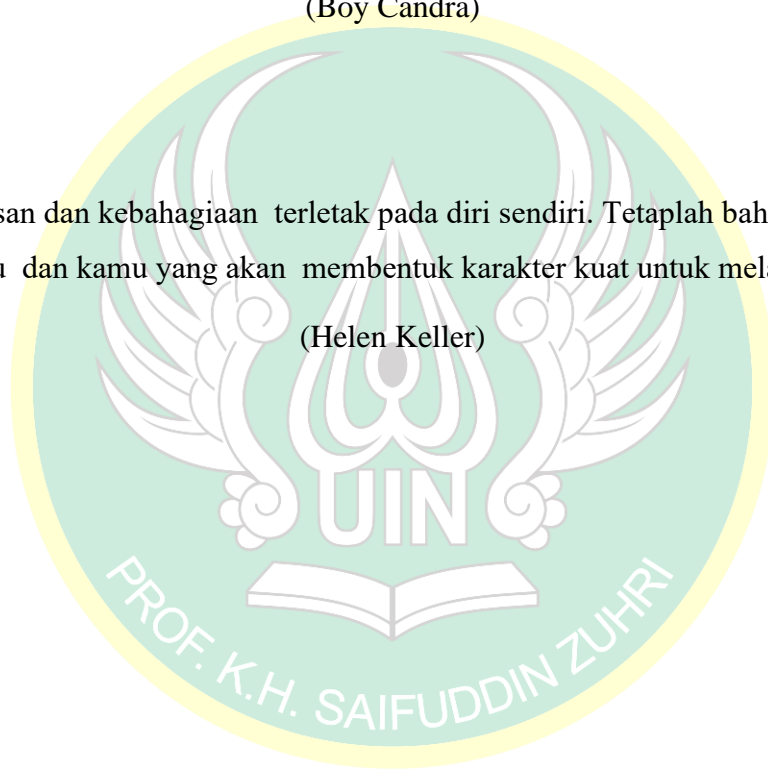
(Q.S. Ar-Rum : 60)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu, nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah bahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan.”

(Helen Keller)



**PENGARUH PROMOSI, EDUKASI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC
KELAPA GADING 1**

Lendra Darmawan

NIM. 1917202024

E-mail: lendradarmawan8899@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Negeri Islam Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Haji merupakan salah satu kewajiban pada umat muslim dan menjadi suatu rukun dalam Islam. Potensi masyarakat muslim di Indonesia menjadi peluang BSI untuk memfasilitasi produk tabungan haji. Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk pada lembaga keuangan syariah khususnya BSI, salah satunya adalah produk tabungan haji dipengaruhi berbagai faktor diantaranya adalah promosi, edukasi dan motivasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Promosi, Edukasi dan Motivasi terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan produk tabungan haji.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen diantaranya Promosi, Edukasi dan Motivasi sebagai variabel independen dan Minat Menggunakan sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer yang digunakan yaitu pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa gading 1 sebanyak 237 responden. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen yang dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi, Edukasi dan Motivasi secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Kemudian secara simultan variabel Promosi, Edukasi serta Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Promosi, Edukasi, Motivasi, Tabungan Haji, Bank Syariah.

***THE INFLUENCE OF PROMOTION, EDUCATION AND MOTIVATION
ON CUSTOMERS' DECISIONS TO PURCHASE HAJJ SAVINGS AT BANK
SYARIAH INDONESIA (BSI) KC KELAPA GADING 1***

Lendra Darmawan

NIM. 1917202024

E-mail: lendradarmawan8899@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Negeri Islam Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Hajj is an obligation for Muslims and is a pillar of Islam. The potential of the Muslim community in Indonesia is an opportunity for BSI to facilitate Hajj savings products. Customers' decisions in using a product at a sharia financial institution, especially BSI, one of which is the Hajj savings product, is influenced by various factors including promotion, education and motivation. The aim of this research is to determine the influence of Promotion, Education and Motivation on Bank Syariah Indonesia customers' decisions in using Hajj savings products.

This research uses three independent variables and one dependent variable including Promotion, Education and Motivation as independent variables and Interest in Using as the dependent variable. This study uses a quantitative approach. The primary data used was 237 customers of Bank Syariah Indonesia, Jakarta Kelapa Gading 1 Branch Office. The sampling technique uses simple random sampling technique. This research uses multiple linear regression data analysis methods to determine the relationship between independent variables and the dependent variable which is analyzed using the SPSS 25 application.

The results of this research show that the Promotion, Education and Motivation variables partially have a positive effect on Customer Decisions in using Hajj savings products at Bank Syariah Indonesia. Then, simultaneously, the variables Promotion, Education and Motivation have a significant influence on the customer's decision to use Hajj savings products at Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Promotion, Education, Motivation, Hajj Savings, Sharia Bank.

PENDOMAN TRANSLITERASI BAHASA INDONESIA-ARAB

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>ṣa</i>	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ḥa</i>	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>ṣad</i>	<u>Ṣ</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	<i>ḍ'ad</i>	<u>Ḍ</u>	de (dengan garis di bawah)

ط	<i>Ta</i>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	' <i>ain</i>	'	koma terbalik ke atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	'el
م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	”	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	' <i>iddah</i>
-----	---------	----------------

C. Ta Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>	جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>
	is			is	

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan

sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliyâ'</i>
----------------	---------	---------------------------

2. Bila ta‘marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
2.	Fathah + ya“ mati	ditulis	A
	تنسى	ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya“ mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	<i>Karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya“ mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a [‘] antum
أعدت	Ditulis	u [‘] iddat

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

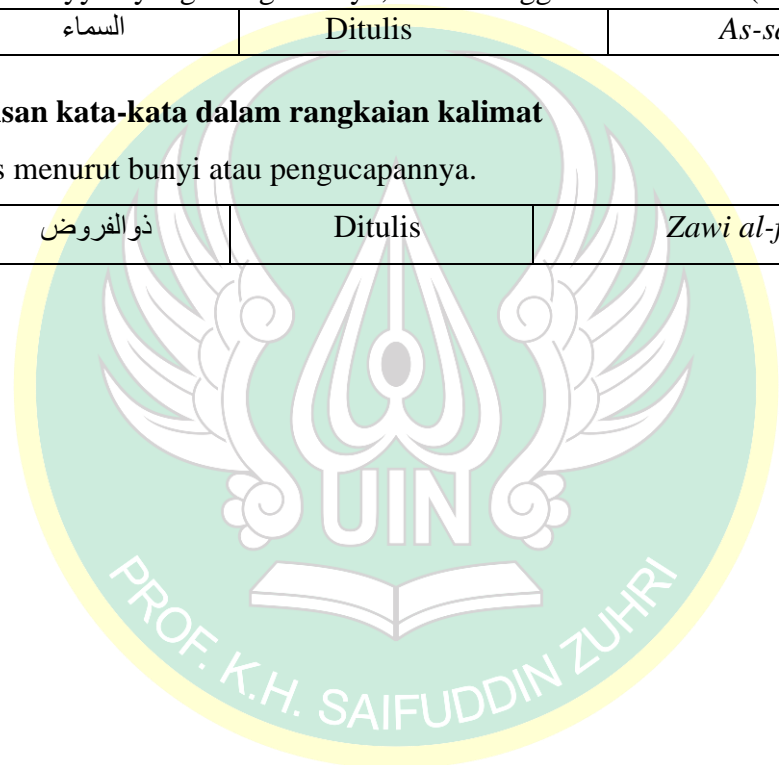
2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-samâ</i>
--------	---------	----------------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furûd</i>
----------	---------	----------------------



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur dan segala puji bagi Allah ST yang telah memberikan karunia dan nikmat kepada saya, dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada diri sendiri, yang sudah berhasil sampai ketitik ini dan penuh perjuangan berusaha menyelesaikan pendidikan ini walaupun banyaknya jalan yang harus di lewati baik jalan yang lurus maupun jalan yang penuh berlubang. Terimakasih karena sudah berjuang sampai di fase ini banyak hal yang sudah dilalui senang, sedih, kecewa, bahagia, dan ungkapan yang tidak bisa diucapkan kata-kata. Semoga segala hal yang telah dipejuangkan ini menjadi berkah dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.
2. Kepada orang tua, Bapak Sutyana dan Ibu Nina Sofyarni S. Tr. Keb. Terima kasih atas dukungan yang memberikan banyak berkorban sangat banyak sampai tidak bisa terlukiskan. Terima kasih kepada orang tua yang saya cintai, jika kalau bukan karena dukunganmu, penyemangatmu, dan khususnya doamu, saya tidak bisa berdiri disini. Terimakasih sudah membantu proses panjang ini dan sabar dalam memenuhi kebutuhan kecil hingga besar. Terimakasih dan saksikan anakmu akan sukses besar dan bisa membahagiakanmu di dunia maupun di akhirat.
3. Untuk hal-hal baik dari manapun. Terima kasih telah memberikan saya kesempatan yang luar biasa serta pembelajaran yang mungkin tidak saya dapatkan di dalam kelas selama saya berproses di dunia perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kelapa Gading 1” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Adanya penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tentu tidak dapat terlepas dari kelemahan dan kekurangan. Penulis juga menyadari proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun materil. Oleh karena itu dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini dan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

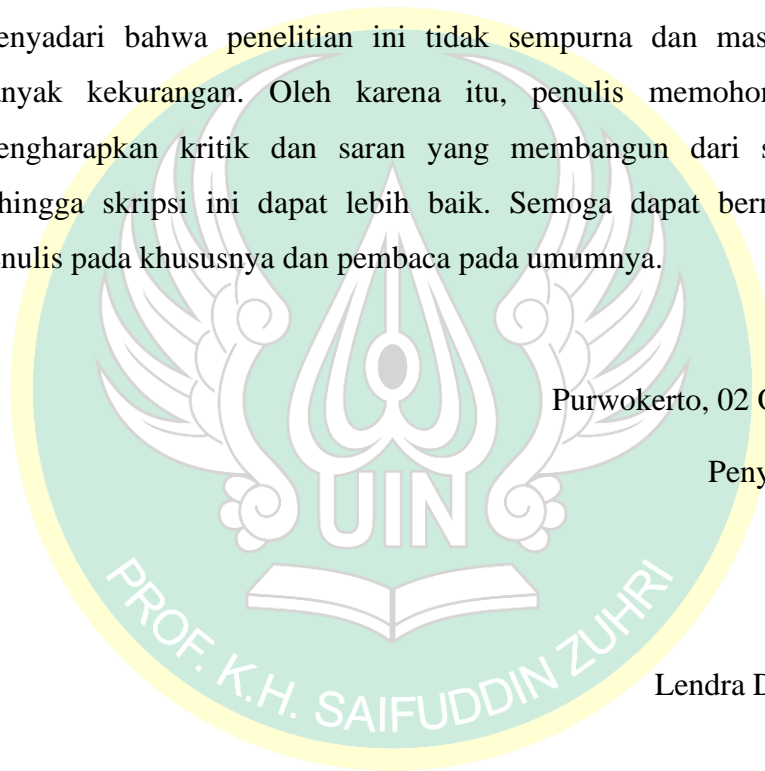
9. Hj. Yoiz Sofwa Safrani SP, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Enjen Zaenal M, M. Ud., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Segenap dosen, staff, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sutiyana dan Ibu Nina Sofyarni S. Tr. Keb. yang selalumemberikan dukungan serta motivasi baik dari segi moril maupun materil sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menempuh pendidikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan.
15. Adik tersayang, Syaira, Aira, Althaf, Nafi, Tiara, Julian, Intan yang selalu menjadi penyemangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabat penulis, Moch. Hafizh M, (Alm) Tegar Fikri A, Idan Faturahman, Salsabilla Qurrotu'Aini, Syifa Fauziah, Rina Fajri A, yang selalu ada dalam suka maupun duka. Terimakasih untuk dukungan, motivasi, dan rasa persaudaraan yang telah diberikan.
17. Teman-teman Keluarga Pohon Jati (Misbah, Mas Akbar, Rakyen, Nanda, Afifah, Devi, Fitri, Etika, Indri) dan Sobat Ambis (Andri, Fitri, Faozah, Amy, Siska) terimakasih telah menjadi bagian dari sebuah proses penulis di Kota Purwokerto dan selalu menemani dan memberikan semangat serta menjadi teman diskusi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
18. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah A Angkatan 2019 yang kebersamai selama dibangku perkuliahan, kelak kita menjadi orang sukses di masa depan.

19. Keluarga besar Pergerakan BSI KC Kelapa Gading serta nasabah tabungan haji yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
20. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Karena penulis yakin suatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
21. Serta pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 02 Oktober 2023

Penyusun,

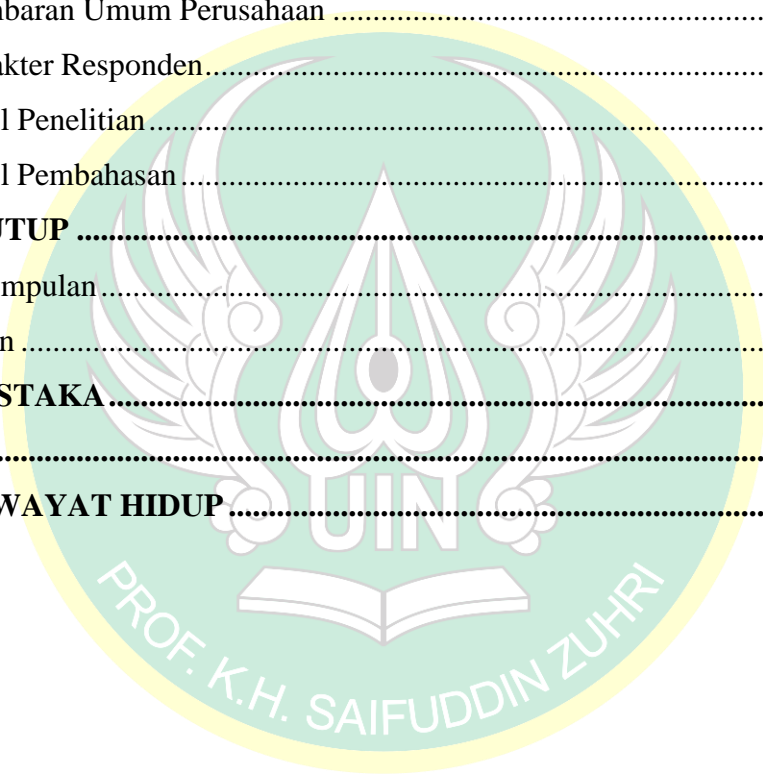
Lendra Darmawan



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PENDOMAN TRANSLITERASI BAHASA INDONESIA-ARAB	vii
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Teori Promosi	9
2. Teori Edukasi	12
3. Teori Motivasi	15
4. Teori Keputusan Nasabah	17
B. Landasan Teologis	19
1. Promosi	19
2. Edukasi	20
3. Motivasi	21
4. Keputusan Nasabah	21
C. Kajian Pustaka	23
D. Hipotesis	28
E. Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian	32
D. Variabel dan Indikator Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Sumber Data	38
G. Teknik Analisis Data	39
H. Tehnik Pengolahan dan Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Perusahaan	43
B. Karakter Responden.....	53
C. Hasil Penelitian.....	56
D. Hasil Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Nasabah BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia pada Nasabah BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada Nasabah KC Jakarta Kelapa Gading 1	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Promosi (X1)	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Edukasi (X2).....	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Motivasi (X3)	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Keputusan Nasabah (Y).....	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Nasabah Tabungan Haji BSI	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4. 2 Histogram	60
Gambar 4. 3 Hasil Uji Multikolonieritas.....	61
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Gambar 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
Gambar 4. 6 Hasil Analisis Uji t	65
Gambar 4. 7 Hasil Analisis Uji F	66
Gambar 4. 8 Uji Koefiesin Determinasi.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 : Skor Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 : Hasil Instrumen Penelitian	97
Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian.....	101



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia merupakan harapan bagi masyarakat yang mempunyai keperluan dalam melakukan transaksi yang berprinsip sesuai dengan hukum syariah. Keberadaan lembaga keuangan syariah di Indonesia diharapkan dapat menopang masyarakat kalangan bawah agar bisa mengenal dan memanfaatkan jasa yang sudah disediakan. Sebagai lembaga keuangan bank hendaklah mempromosikan masing-masing produknya, seperti produk tabungan mabrur yang mereka sediakan. Cara ini dilakukan supaya calon jemaah mengenal dan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pihak bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Banyak bank yang menawarkan produk tabungan haji, beberapa diantaranya telah gagal dan tidak berhasil dalam menjaring keputusan pelanggan. Ini karena pasar pembeli terus berubah. Beberapa kesenangan nasabah tersebut antara lain: jaminan keamanan atau kemudahan dan kepraktisan, dan kebanggaan menabung di bank yang bersangkutan (Aulia Ur Rohmah, 2022). Menurut (Akhir & Lestari, 2019). Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Menurut (Sudarman et al., 2022). Bank Syariah adalah bank yang sistem transaksinya menganut prinsip – prinsip sistem Islam, dimana produk serta operasional yang ditawarkan dan dikembangkan berlandaskan al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Hal tersebut berkaitan dengan aturan dasar dan aturan pokok berdasarkan hukum Islam. Prinsip ini menjadi landasan aturan muamalat yang mengatur hubungan antara bank dan pihak lain dalam menghimpun maupun melakukan penyaluran dana serta sistem kegiatan perbankan lainnya. Terdapat dua model pembiayaan yang dilakukan pada perbankan syari'ah pertama, *equity financing* dengan menggunakan dua

prinsip yakni mudharabah serta musyarakah yang dikenal dengan profit and loss sharing, dimana bank syari'ah akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil, dari proyek yang dibiayai olehnya. Apabila proyeknya rugi, maka kerugian itu akan ditanggung sistem antara bank dan debitur. Kedua, *debt financing* dalam bentuk jual beli dan sewa. Sistem Murabahah adalah sistem yang dominan dalam hal ini, disamping sistem lainnya seperti Ba'isalam, istishna' dan al ijarah. Jenis produk dan layanan yang terdapat pada perbankan syariah juga merupakan aspek yang menjadi perhatian nasabah dalam melakukan transaksi.

Tugas Nasional Penyelenggaraan Haji diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Haji. Lembaga Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2008, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4845 telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2009 untuk menggantikan Undang-Undang Nomor 2 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Haji (Lembaran Negara Republik Indonesia No 142 tahun 2009, Tambahan Negara Republik Indonesia 5061). Eksistensi ibadah haji sejak awal terus ditingkatkan untuk meningkatkan fasilitas agar dapat memperbaiki metode pengelolaannya, supaya bisa beroperasi dengan aman, tertib dan lancar sesuai dengan prinsip Syariah. (Aulia Ur Rohmah, 2022)

Tabungan haji merupakan produk yang penting dalam industri perbankan syariah di Indonesia adapun strategi pemasaran tabungan haji dengan menggunakan marketing mix, yaitu bauran dari berbagai elemen-elemen pemasaran: strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan lay out dan strategi promosi. Sedangkan strategi khusus yang diterapkan adalah dengan business partnership dengan KBIH, menyebar brosur kepada keluarga yang berangkat haji, ibu-ibu pengajian. (Safaroh, 2019)

Kini semakin banyak pilihan dalam menyiapkan dana untuk pergi ke Tanah Suci. Banyak lembaga keuangan dan Bank yang siap membantu anda menyiapkan dana pergi ke Tanah Suci. Dari bank umum hingga yang berlabel syariah. Produk tabungan haji saat ini telah banyak dimiliki oleh lembaga perbankan baik konvensional maupun syariah, hal ini merupakan prospek

yang bagus untuk ke depannya karena di Indonesia mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Tabungan haji memudahkan nasabah dalam menentukan keberangkatan haji secara terencana dan membantu dalam pengelolaan dana untuk menunaikan ibadah haji. Di Indonesia selalu terjadi peningkatan jumlah calon jama'ah haji pada tiap tahunnya. Untuk saat ini saja jika mendaftar haji, maka harus menunggu sekitar sepuluh tahun lamanya untuk berangkat ke tanah suci. Padahal hampir setiap tahun pemerintah Arab Saudi memberikan tambahan kuota untuk calon jama'ah haji Indonesia. Agar calon jama'ah haji dapat menunaikan ibadah haji secara terencana maka diperlukan adanya tabungan haji. (Atika Amalia, 2022)

Bank Syariah Indonesia juga membuat Tabungan Haji Anak karena antrean keberangkatan haji reguler di Indonesia saat ini sudah sangat tua dan bisa bertahan hingga 15-20 tahun. Pergi haji pada usia muda atau dewasa, tetap penting untuk menunaikan ibadah haji dengan kesehatan jasmani dan rohani yang baik. Selain itu, Tabungan Haji Indonesia memiliki banyak fitur yang menjawab kebutuhan nasabah, seperti saluran layanan pelanggan sepanjang waktu, bebas biaya administrasi dan pembayaran premi asuransi otomatis, lingkungan yang aman karena polis asuransi secara otomatis didukung oleh jiwa, distribusi zakat otomatis untuk anak-anak, dan pilihan untuk manasik haji reguler dan khusus.

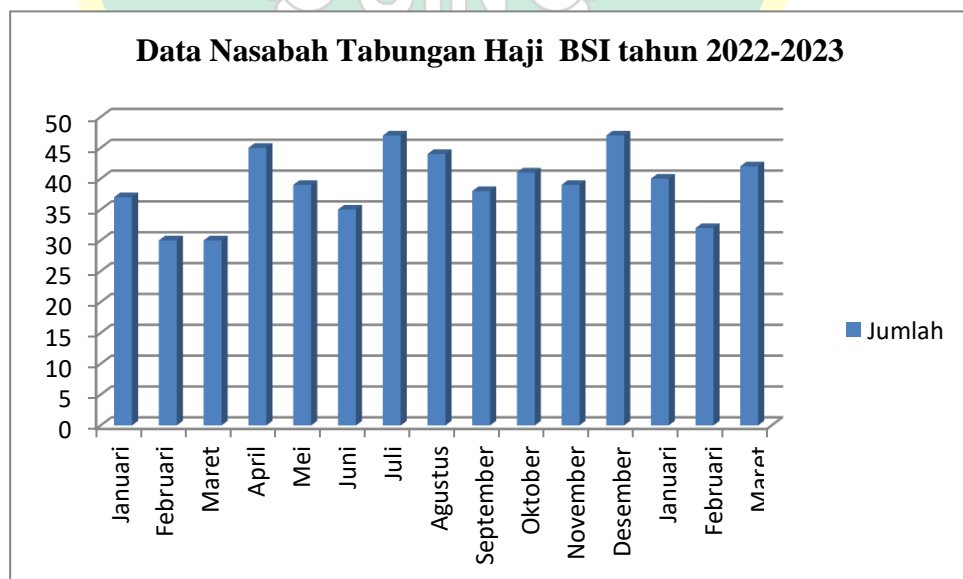
Promosi penjualan menempati peringkat tinggi karena sangat penting untuk setiap strategi pemasaran yang sukses. Digunakan agar bisnis dapat mencapai tujuannya setelah ditetapkan. Tujuan periklanan adalah untuk menyebarkan informasi kepada konsumen tentang penawaran perusahaan, termasuk barang-barang yang mereka produksi, fitur-fiturnya, harga, serta di mana dan bagaimana cara menggunakannya. Nasabah dapat tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji dengan menggunakan promo-promo yang menarik dan menggiurkan. Mempromosikan produk tabungan haji termasuk menginstruksikan calon pembeli sebagai bagian dari prosesnya. Tujuan dari mengedukasi konsumen adalah untuk membantu mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang barang yang dijual dan keuntungan yang akan mereka dapatkan dari penggunaan barang tersebut.

Motivasi adalah faktor lain selain iklan dan pelatihan yang dapat memengaruhi antusiasme konsumen. Dorongan atau motivasi intrinsik seseorang adalah apa yang mendorong dan membimbingnya menuju pencapaian tujuannya. Tingkat motivasi konsumen seseorang menentukan seberapa kuat mereka merasa terdorong untuk berperilaku dalam rangka memenuhi tujuan mereka.

Banyak bank konvensional dan syariah telah menyediakan tabungan haji, yang merupakan pertanda baik untuk masa depan mengingat Islam adalah agama yang dianut oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan menyisihkan uang untuk ibadah haji di awal, nasabah dapat menganggarkan dana yang lebih baik untuk perjalanan tersebut dan berangkat pada tanggal yang sesuai dengan keinginan mereka. Tindakan menyimpan uang di bank merupakan salah satu bentuk penggalangan dana (fundraising). Setiap tahun, jumlah calon jamaah haji di Indonesia meningkat. Padahal, pemerintah Arab Saudi hampir setiap tahun menambah kuota untuk calon jamaah haji Indonesia. Dana haji diperlukan agar calon jamaah haji dapat mengatur perjalanan haji mereka. (Wahyuningsih & Nur, 2021).

Gambar 1. 1

Data Nasabah Tabungan Haji BSI



Sumber : Customer Service BSI KC Kelapa Gading 1

Dari data tersebut diketahui bahwa jumlah nasabah produk tabungan haji dari bulan januari 2022 sampai bulan maret 2023 sejumlah 581 nasabah tabungan haji di BSI KC Kelapa Gading I dan mengalami penurunan dari bulan januari 2022 menjadi 37 nasabah dan kemudian di bulan april 2022 mengalami peningkatan lagi menjadi 45 nasabah. Namun, dibulan juni 2022 mengalami penurunan menjadi 35 nasabah dibulan selanjutnya mengalami peningkatan menjadi 47 nasabah. Peningkatan juga terdapat di bulan desember dimana terdapat 47 nasabah. Pada tahun 2023 pada bulan-bulan pertama ini jumlah nasabah mengalami penurunan. Angka-angka menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sebagian besar orang akan mendaftar untuk program tabungan haji pada bulan Juli dan Desember, sementara yang paling sedikit akan melakukannya pada bulan Februari dan Maret. Faktor yang mempengaruhi terhadap penjualan tabungan haji untuk itu, penelitian ini akan membuktikan Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi itu berpengaruh terhadap penjualan tabungan haji. (Annisa et al., 2021)

Produk tabungan haji tidak hanya difasilitasi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) saja, tetapi produk tabungan haji juga ada di beberapa bank di Indonesia antara lain Bank Mega Syariah, BCA & BCA Syariah, BRI, BNI, Bank Muamalat, Bank Mandiri. Namun, berdasarkan hasil survey lokasi menunjukkan bahwa BSI KC Kelapa Gading 1 merupakan BSI terbesar yang ada di Kota Bekasi dengan lokasi paling strategis yaitu tidak jauh dari pusat kota dan memiliki nasabah tabungan haji yang terbanyak di wilayah tersebut.

Uraian-uraian di atas membuat saya ingin mengetahui elemen- elemen yang mempengaruhi konsumen untuk menabung haji dan aspek mana yang paling berpengaruh. Inilah sebabnya mengapa judul **Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi, Terhadap Penjualan Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap penjualan tabungan haji diBSI KC Kelapa Gading I?
2. Apakah edukasi berpengaruh terhadap penjualan tabungan haji diBSI KC Kelapa Gading I?
3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap penjualan tabungan haji diBSI KC Kelapa Gading I?
4. Apakah promosi, edukasi, motivasi, berpengaruh secara bersama-sama terhadap penjualan tabungan haji di BSI KC Kelapa Gading I?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengikuti rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap penjualan tabungan haji BSI di KC Kelapa Gading I.
- b. Untuk mengetahui pengaruh edukasi terhadap penjualan tabungan haji BSI di KC Kelapa Gading I.
- c. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap penjualan tabungan haji BSI di KC Kelapa Gading I.
- d. Untuk Mengetahui pengaruh promosi, edukasi, dan motivasi secara bersama-sama terhadap penjualan tabungan haji di BSI KC Kelapa Gading I.

2. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat diambil dari penyelidikan ilmiah:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Akademisi

Temuan-temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumber yang berguna bagi para akademisi, profesor, dan mahasiswa yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut mengenai program tabungan haji yang ditawarkan oleh bank-bank syariah.

b. Bagi Praktisi

Temuan-temuan dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perluasan perbankan syariah dengan memberikan informasi yang berguna yang dapat digunakan oleh Bank Syariah Indonesia dan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif untuk mendorong pembentukan rekening tabungan haji.

c. Bagi Masyarakat

Orang-orang yang ingin membuat rekening tabungan haji harus menganalisis temuan-temuan dari penelitian ini karena penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai keuntungan dan kerugian dari menabung di bank syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi lima (5) bagian untuk memudahkan pembaca:

Bab I Pendahuluan, bab ini berfungsi sebagai pengantar untuk keseluruhan argumentesis. Sejarah masalah, formalisasi, tujuan dan hasil penelitian, dan analisis komprehensif dari topik disajikan dalam bab ini.

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini berisi penjelasan dasar-dasar teori, tinjauan pustaka, hipotesis, dan kerangka kerja penelitian di bagian ini.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini berisi penjelasan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, demografi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, metode penelitian, dan analisis data,

semuanya dibahas dalam bab ini.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, bab ini menguraikan objek penelitian dan membahas teknik analisis data yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan studi.

Bab V Penutup, Temuan dan rekomendasi penelitian diuraikan secara rinci dalam bagian ini.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka menggunakan suatu merk barang tertentu. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya (Mardiyanto, 2021).

Menurut Buchari Alma (dalam Romansyah, 2019:55) promosi merupakan suatu bentuk dari komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaandan produk agar bersedia menerima, menggunakan, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Hal ini dapat menunjukkan pentingnya promosi bagi sebuah perusahaan, karena tanpa promosi masyarakat tidak akan mengetahui produk atau jasa yang di tawarkan sehingga tingkat kemungkinan pembelian menjadi rendah.

Setiap bank dapat menggunakan empat indikasi promosi yang sama untuk memasarkan barang dan jasa mereka kepada masyarakat umum.

- 1) Lembaga keuangan menggunakan iklan sebagai rekomendasi promosi untuk semua produk mereka. Informasi tersebut mencakup harga produk, fitur-fiturnya, dan keunggulannya dibandingkan produk serupa. Iklan digunakan untuk menarik dan membujuk calon konsumen untuk melakukan pembelian.
- 2) Pelanggan dibujuk untuk memilih segala sesuatu yang dijual melalui iklan penjualan. Tentu saja, untuk menarik perhatian pembeli, kampanye penjualan harus semenarik mungkin. Diskon, kompetisi, kupon, dan sampel gratis adalah cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan.
- 3) Publisitas adalah jenis iklan yang bertujuan untuk menarik klien dengan menyoroti kontribusi positif perusahaan kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar konsumen lebih mengenal bank melalui acara-acara ini, yang diharapkan akan membuat bank lebih mudah diingat.
- 4) Tenaga penjual dan pramuniaga juga dapat dipekerjakan untuk melakukan penjualan pribadi dengan mengetuk pintu nasabah.

Masing-masing dari keempat langkah promosi tersebut saling bergantung satu sama lain untuk memastikan bahwa kampanye pemasaran berjalan efektif. Sebagai konsekuensinya, akan ada lebih sedikit permintaan untuk produk tabungan haji.

b. Indikator Promosi

Menurut Philip Kotler (dalam Vania, 2019), promosi memiliki indikator sebagai berikut:

- 1) Frekuensi Promosi.
- 2) Kualitas Promosi.
- 3) Kuantitas Promosi.
- 4) Waktu Promosi.
- 5) Ketepatan Sasaran Promosi.

c. Fungsi Promosi

Menurut (Risqiani, 2021), Fungsi promosi adalah untuk meyakinkan target pelanggan, bahwa barang dan jasa yang ditawarkan memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan para pesaing, sehingga terjadi pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju melalui penyampaian organisasi suatu produk.

Menurut (Waroh, 2020), Fungsi promosi bagi perusahaan atau bisnis lainnya, sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.
- 2) Untuk mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan produk.
- 3) Untuk mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga ke tangan konsumen.
- 4) Untuk mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran.
- 5) Untuk mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen.
- 6) Untuk mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasi hal tersebut.
- 7) Untuk menciptakan image produk.

d. Tujuan Promosi

Tujuan promosi adalah untuk mempertemukan pelanggan dan penjual melalui arus informasi satu arah atau persuasi dari sumber luar. Promosi adalah tindakan yang mengedukasi pelanggan tentang manfaat produk dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Daryanto, 2019). Konsumen akan segera menyadari nilai dari produk dan jasa yang telah di promosikan karena memenuhi fungsi promosi yaitu mendidik, meyakinkan, mengingatkan, dan mempengaruhi.

Perusahaan harus terlibat dalam kegiatan promosi karena dengan melakukan hal tersebut, audiens target dapat mengetahui dan teredukasi tentang barang dan jasa perusahaan. Tanpa iklan, bahkan barang dengan kualitas terbaik pun tidak akan diketahui

dan tidak terjual. Oleh karena itu, iklan memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis apa pun (Waroh, 2020).

e. Manfaat Promosi

Adapun manfaat promosi bagi perusahaan atau bisnis lainnya yaitu:

- 1) Untuk mengetahui produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.
- 2) Untuk mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan produk.
- 3) Untuk mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga ke tangan konsumen.
- 4) Untuk mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran.
- 5) Untuk mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen.
- 6) Untuk mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasi hal tersebut.
- 7) Untuk menciptakan image produk.

2. Teori Edukasi

a. Pengertian Edukasi

Edukasi merupakan proses pembelajaran secara formal maupun nonformal kepada seseorang atau kelompok agar dapat mengembangkan potensi dirinya dalam hal pengetahuan dan keterampilan. Edukasi memainkan peran penting terhadap tingkat pemahaman masyarakat sehingga makin minim edukasinya akan berdampak minim pula pemahamannya dan begitu sebaliknya (Muhammadiyah & Banyumas, 2023).

Menurut (Prastiwi, 2022), Edukasi perbankan syariah adalah pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank Syariah. Edukasi atau pendidikan dalam arti yang sempit berarti perbuatan atau proses perbuatan untuk memperoleh pengetahuan. Pengertian edukasi dalam Kamus

Lengkap Bahasa Indonesia adalah pendidikan, sedang dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode – metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman serta cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan. Edukasi merupakan upaya agar masyarakat berperilaku atau mengadopsi suatu perilaku dengan cara persuasi, bujukan, himbauan, ajakan, memberikan informasi, memberikan kesadaran, dan sebagainya. Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah.

Bank Syariah Indonesia berharap dapat meningkatkan permintaan akan produk tabungan haji dengan mengedukasi nasabahnya.

b. Indikator Edukasi

Menurut (Fega Lianda Putri, 2021), edukasi memiliki indikator, sebagai berikut:

- 1) Pelatihan
- 2) Pendidikan
- 3) Kualias
- 4) Pengajaran

c. Fungsi Edukasi

Menurut (Fajriyah Salsabila Halim et al., 2023), fungsi edukasi memberikan dan pemahaman kepada masyarakat dengan melakukan *cross selling* yaitu penawaran secara langsung dengan tatap muka pada nasabah baik nasabah baru/eksiting. Hal ini dilakukan guna memberikan penjelasan mengenai bank syariah dengan melakukan promosi secara langsung maupun promosi melalui media lain baik media elektronik seperti media online yaitu instagram maupun media cetak seperti brosur. Promosi yang

menarik dari bank syariah dapat menarik minat masyarakat untuk beralih menggunakan bank syariah.

d. Tujuan Edukasi

Perbankan syariah melakukan edukasi kepada masyarakat tentunya memiliki maksud atau tujuan. Menurut Yasin, tujuan dari Pendidikan atau edukasi ini mempengaruhi tiga aspek yang masih mengarah kepada normatif, sebagai berikut:

- 1) Memberikan arahan atau wawasan bagi masyarakat yang melakukan kegiatan pendidikan.
- 2) Memberikan motivasi atau nilai semangat belajar dalam menjalankan kegiatan edukasi atau pendidikan yang tujuannya untuk mendapatkan nilai-nilai yang ingin didapat dari materi yang diberikan, untuk dimanfaatkan atau dibagikan ke masyarakat.
- 3) Edukasi atau pendidikan dapat dijadikan sebagai kriteria atau tolak ukur dalam melakukan kegiatan evaluasi pembelajaran.

e. Manfaat Edukasi

Selain memiliki tujuan, kegiatan edukasi diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak yang menerima edukasi. Secara umum, manfaat edukasi adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan seseorang pengetahuan yang lebih luas dan mendalam.
- 2) Mengembangkan kepribadian menjadi lebih baik dari sebelumnya.
- 3) Menanamkan nilai positif yang dapat diimplementasikan dalam kehidupan.
- 4) Melatih seseorang untuk mengembangkan bakat dan keterampilannya.
- 5) Terhindar dari perbuatan yang menyimpang atau tidak sesuai aturan.

- 6) Melatih seseorang untuk terbiasa melakukan hal yang baik dan benar.
- 7) Mengatur mental atau emosional dengan baik sehingga siap untuk menghadapi tantangan yang dapat muncul.

3. Teori Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Menambahkan ternyata terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi (Nurmaeni et al., 2020).

Perusahaan menggunakan strategi langsung dan tidak langsung untuk menginspirasi karyawan mereka. Motivasi langsung mengacu pada segala jenis insentif (materi atau non-materi) yang diberikan kepada setiap pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Bonus, tunjangan, penghargaan pelanggan, dan sebagainya termasuk dalam kategori ini. Motivasi dengan menggunakan teknik tidak langsung. Metode tidak langsung hanya bergantung pada membujuk pelanggan untuk membelanjakan uang dengan menyediakan fasilitas yang mereka inginkan. Contohnya seperti menyediakan layanan yang unggul dan produk yang lebih baik.

b. Fungsi Motivasi

Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak untuk menggunakan suatu produk itulah yang disebut motivasi, sedangkan memotivasi untuk menggunakan suatu produk disebut motif, motif juga bisa diartikan sebagai suatu alasan seseorang dalam melakukan suatu tindakan, dari sinilah motivasi mempengaruhi perilaku konsumen (Supriani & Arifudin, 2020). Fungsi – fungsi motivasi sebagai berikut:

- 1) Motif bersifat mengarahkan dan mengatur tingkah laku individu. Tingkah laku individu dikatakan bermotif jika tindakannya bergerak menuju kearah tertentu. Ketika seseorang memiliki tujuan tertentu, maka setiap tindakan yang dilakukan akan mengarah pada hal-hal yang dapat mencapai tujuan yang di kehendaknya.
- 2) Motif sebagai penyeleksi tingkah laku individu. Motif yang terdapat dalam diri seseorang akan membuat seseorang tersebut bertindak secara terarah pada suatu tujuan yang diniatkan diawal.
- 3) Motif memberi energi dan menahan tingkah laku individu. Motif merupakan kekuatan atau dorongan pada individu yang menyebabkan dirinya melakukan tindakan yang tampak, semakin kuat motif yang ada pada diri seseorang maka akan semakin kuat pula energi psikis yang dimiliki, demikian sebaliknya.

c. Indikator Motivasi

Menurut Santoso dan Purwanti (dalam Kevin Yonathan, 2020), motivasi memiliki indikator sebagai berikut.

- 1) Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.
- 2) Konsumen merasa bahwa produk yang disediakan perusahaan dapat meningkatkan penampilan konsumen.
- 3) Konsumen terdorong untuk memilih produk karena tawaran yang menarik dari perusahaan.

d. Tujuan Motivasi

Menurut (Rahayu, 2022), tujuan motivasi, sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan moral dan keputusan kerja karyawan terhadap nasabah.
- 2) Meningkatkan pengetahuan nasabah terhadap tabungan haji.
- 3) Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
- 4) Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi karyawan.

- 5) Meningkatkan efisiensi penggunaan tabungan haji terhadap nasabah tabungan haji.

e. Manfaat Motivasi

Berikut manfaat motivasi bagi tabungan haji, sebagai berikut:

- 1) Memudahkan nasabah terkait program tabungan haji yang ada di Bank Syariah Indonesia Kc Kelapa Gading 1.
- 2) Bisa dimulai sejak dini.
- 3) Dana haji nasabah tersimpan aman.
- 4) Mengumpulkan biaya haji lebih ringan.

4. Teori Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Dalam persaingan bisnis online yang semakin ketat, faktor keputusan pelanggan menjadi perhatian serius. Pelayanan dan keputusan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Menurut Kottler (2007) keputusan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang diperhitungkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan merasa tidak puas. Jika melebihi harapan, pelanggan merasa puas atau senang. Mowen dan Minor mengungkapkan bahwa keputusan adalah kondisi terpenuhinya akan suatu kebutuhan, harapan pelanggan, dan keinginan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa (Sulistiana, 2020).

b. Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2009:178) ada beberapa indikator keputusan nasabah yaitu:

- 1) Pilihan produk
- 2) Pilihan merek
- 3) Pilihan penyalur

4) Metode pembayaran

c. Fungsi Keputusan Nasabah

Menurut (Ardiyah, 2019), fungsi keputusan nasabah dalam menentukan tingkat keputusan nasabah, seseorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk dan kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk. Besar kecilnya nilai yang diberikan oleh sebuah produk kepada pelanggan tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seseorang pelanggan menentukan pilihannya. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai terbesar yang diberikan suatu produk.

d. Tujuan Keputusan Nasabah

Menurut (Fauziyyah, 2019), tujuan keputusan nasabah, antara lain:

- 1) Hubungan antar nasabah menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas nasabah.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- 5) Laba yang diperoleh dapat meningkat.

e. Manfaat Keputusan Nasabah

Terdapat beberapa manfaat keputusan nasabah, sebagai berikut:

- 1) Pendapatan Keputusan pelanggan memberi efek pada pendapatan jangka panjang atau keuntungan yang terbentuk dari bermacam dimensi yang lebih bersaing melalui mutu produk, kesetiaan merek, kemampuan mencapai karyawan.
- 2) Tanggapan terhadap produsen yang minimal biaya Potongan harga dipandang oleh banyak perusahaan merupakan senjata yang berhasil untuk mendapatkan pangsa. Terdapat banyak konsumen rela membayar

produk yang lebih mahal harganya untuk mendapatkan kualitas beserta pelayanan yang dijamin baik.

- 3) Manfaat ekonomis Dengan cara mempertahankan keputusan pelanggan untuk saat ini dapat dikatakan lebih baik dari memberikan daya tarik terhadap konsumen. Karena dengan cara ini dapat menghemat biaya promosi atau iklan.
- 4) Reduksi sensitivitas harga Konsumen yang sudah merasa puas cenderung untuk tidak menawarkan harga saat pembelian.
- 5) Jalan menuju pencapaian bisnis masa depan.
- 6) Word of mouth relationship Konsumen yang merasakan puas dapat menciptakan ikatan yang baik pada perusahaan dengan konsumen, sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan dari mulut ke mulut.

B. Landasan Teologis

1. Promosi

Dalam Islam, promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulannya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan. Mungkin kita sering melihat iklan rokok, setiap iklan rokok pasti dicantumkan “merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung impotensi dan gangguan kehamilan dan janin” walaupun sudah ada peringatannya perokok tetap juga menggunakannya karena memang sudah menjadi kebutuhannya. Jadi apabila dalam promosi disebutkan kekurangan, apabila manusia telah merasa nikmat dengan suatu produk maka tidak perlu diragukan lagi promosi akan sesuai dengan yang disyariatkan agama kita (Islam).

Di dalam pemasaran syariah, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.

Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis diperbolehkan dalam syariat Islam. Oleh karena itu, Allah mengingatkan kepada para pebisnis dan pengusaha muslim agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam suatu bisnis. Sebagaimana firman Allah QS. Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجْلَى الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqadaqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu yang sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (QS. Al-Maidah: 1).

Maksud ayat di atas adalah jangan mengkhianati apa yang telah disepakati dalam transaksi bisnis, Rasulullah sangat menekankan pentingnya integritas dalam menjalankan bisnis.

2. Edukasi

Menurut (Prastiwi, 2022), Edukasi perbankan syariah adalah pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, QS. An-Nissa : 58, sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi MahaMelihat, (QS. An-Nissa’: 58)”.

3. Motivasi

Menurut (Saputri, 2020), dalam proses motivasi pada diri manusia terdapat kegelisahaan yang timbul karena adanya kebutuhan yang tidak terpenuhi. Berangkat dari adanya kebutuhan terdapat kedekatan pada Allah maka rasa cinta atau takut kepada Allah SWT akan menimbulkan semacam kegelisahaan. Kegelisahaan ini merupakan dorongan untuk memperbaiki diri atau berbuat lebih baik lagi agar mendapat ridho-Nya. Seperti firman Allah dalam QS. Yusuf ayat 47-49.

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ (٤٧) ثُمَّ يَا قِيَمُ مِنْ
بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعَ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ (٤٨) ثُمَّ يَا قِيَمُ مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ
فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يُعْصِرُونَ (٤٩)

Artinya: “Yusuf berkata: Supaya kalian bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kalian tuai hendaklah kalianbiarkan di bulirnya kecuali sedikit untuk kalian makan. Kemudiansesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yangmenghabiskan apa yang kalian simpan untuk meghadapinya, kecuali sedikit dari yangkalian simpan. Kemudian setelah ituakandatang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur.”

4. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah dalam pengertian Islam yaitu berhubungan dengan keperluan, keinginan, kemaslahatan, kehalalan dan keyakinan (Nasuka: 2017). Dalam al-Qur’an sudah diterangkan bahwa dalam konsep pelayanan yang dapat memberikan keputusan konsumen adalah sikap yang lemah lembut, sangat mengutamakan pelanggan dan murah hati. Konsep keputusan yang pertama adalah lemah lembut, sifat ini adalah sifat yang terpuji bagi Allah SWT dan seluruh umatnya, karena sifat lemah lembut menunjukkan sebagai wujud kasih dan sayang seseorang. Diterangkan pada al-Qur’an Surat Al-Imran ayat 159:

فَمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنَّهُمْ ۖ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَ

اسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَا وَرَهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal.” (Q.S. Al-Imran : 159)

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa lemah lembut adalah sikap yang terpuji. Apabila sifat lemah lembut diterapkan dalam suatu organisasi jasa terhadap pelayanan konsumen maka konsumen akan mendekat, merasa nyaman dan merasakan keputusan.

Konsep yang kedua yaitu mengutamakan konsumen Isar, hal ini merupakan yang penting dalam keputusan konsumen, sebab dalam islam mendahulukan kepentingan orang lain adalah hal yang dianjurkan. Egoisme dengan mengedepankan kepentingan sendiri dari orang lain merupakan hal yang menentang syar’i. Sikap mendahulukan orang lain bukan suatu hal yang mudah, namun semua dilakukan dengan tujuan untuk mensukseskan usaha dengan menerapkan prinsip ini konsumen akan merasakan keputusan.

Konsep yang ketiga yaitu murah hati yang dapat diartikan memberikan bantuan kepada sesama dengan rasa ikhlas. Sifat murah hati merupakan sifat yang disenangi oleh Allah SWT sebab tergolong dalam akhlak yang mulia. Dalam perusahaan apabila konsumen memiliki masalah dan mereka membutuhkan bantuan dan dengan sifat murah hati dari perusahaan maka akan membantu dengan rasa ikhlas.

C. Kajian Pustaka

Penelitian-penelitian terdahulu menjadi dasar yang sangat penting bagi analisis kami. Mencari tahu bagaimana peneliti lain mencapai kesimpulan yang sama dapat membantu membedakan penelitian ini. Berikut ini adalah deskripsi singkat dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Jurnal penelitian (Annisa et al., 2021) yang berjudul "*Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh*" bertujuan untuk menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh dari variabel faktor kualitas pelayanan, faktor sosial, faktor promosi dan faktor pengetahuan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Aceh. Berdasarkan 122 kuesioner yang disebar kepada responden, dengan menggunakan teknik probability sampling yaitu jenis simple random sampling dan di analisis menggunakan model regresi linear berganda, didapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, sosial, promosi, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Aceh.

Jurnal penelitian (Fitriyani, 2020) yang berjudul "*Pengaruh Promosi Produk Penghimpunan Dana Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BJB Syariah*" menunjukkan bahwa Peranan Customer Service dalam meningkatkan keputusan nasabah di Bank Jabar Syariah Sawangan yaitu: dengan adanya Pendidikan Dasar Perbankan Syariah (PDPS), role-plays, mystery guest dan sikap Customer Service dalam memberikan pelayanan dengan ramah dan empati.

Jurnal penelitian (Aulia Ur Rohmah, 2022) yang berjudul "*Analisis Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendal Soetta*" menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan haji ditunjukkan dengan thitung $-0,0213 < t_{tabel} 1,98$ dan nilai signifikansi $0,835 > 0,05$. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan haji

ditunjukkan dengan thitung $2,372 > t_{tabel} 1,98$ dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan haji ditunjukkan dengan thitung $6,039 > t_{tabel} 1,98$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jurnal penelitian (Diani, 2022) yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank BSISyariah KC Banjar Baru*" Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif data yang diperoleh menggunakan angket kuesioner. populasi penelitian ini adalah nasabah di kota Banjarbaru pada Bank Syariah Indonesia. Sampel penelitian ini berjumlah 98 orang menggunakan teknik purposive sampling. Data diperoleh dari identitas responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Sumber data penelitian ini adalah responden yang menjadi nasabah bank syariah di kota Banjarbaru. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menyatakan Pengetahuan masyarakat X dan pengaruh terhadap minat memilih produk (Y). Hasil Pengujian determinasi menunjukkan hasil nilai R-Square sebesar 4,2 % dapat disimpulkan sisanya sebesar 95,8 % dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Jurnal penelitian (Mentari et al., 2022) "*Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan*" Peneliti ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, motivasi dan persepsi baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Pekalongan. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik purposive

sampling, teknik pengumpulan data adalah kuesioner, dan sampel penelitian ini adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persamaan regresi linier berganda, Uji T, Uji F dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: secara parsial promosi, kualitas pelayanan, motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas, secara simultan promosi, kualitas pelayanan, motivasi dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah 0,476 atau 47,6%.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan
1	(Annisa et al., 2021) <i>“Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh”</i>	Antisipasi nasabah dalam membelanjakan dana haji mereka di Bank Syariah Mandiri Aceh terbukti secara bersamaan dan sebagian dipengaruhi oleh kualitas layanan, sosial, promosi, dan pengetahuan.	Pada penelitian yang akan dilakukan variabelnya menggunakan variabel motivasi, kemudian tempat penelitian juga berbeda pada penelitian ini Bank Syariah Mandiri sedangkan penelitian yang akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI)

No	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan
2	(Fitriyani, 2020) <i>“Pengaruh Promosi Produk Penghimpunan Dana Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah”</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peranan Customer Service dalam meningkatkan keputusan nasabah di Bank Jabar Syariah Sawangan yaitu: dengan adanya Pendidikan Dasar Perbankan Syariah (PDPS), role-plays, mystery guest dan sikap Customer Service dalam memberikan pelayanan dengan ramah dan empati.	Perbedaan penelitian dengan penelitian ini diantaranya ialah responden dan lokasi penelitian serta lokasi yang dipilih oleh peneliti.
3	(Aulia Ur Rohmah, 2022) <i>“Analisis Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia</i>	Hasil penelitian berdasarkan uji parsial (t) menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan haji ditunjukkan dengan thitung $-0,0213 < t_{tabel}$ 1,98 dan nilai signifikansi $0,835 > 0,05$. Promosi berpengaruh positif dan signifikan	Perbedaan penelitian ini diantaranya ialah pada jumlah responden, objek penelitian dan lokasi penelitian.

No	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan
	<i>Kantor Cabang Kendal Soetta”</i>	terhadap keputusan nasabah tabungan haji ditunjukkan dengan thitung 2,372 > ttabel 1,98 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan haji ditunjukkan dengan thitung 6,039 > ttabel 1,98 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.	
4	(Diani, 2022) <i>“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank BSI Syariah KC Banjar Baru”</i>	Hasil penelitian menyatakan Pengetahuan masyarakat X dan pengaruh terhadap minat memilih produk (Y). Hasil Pengujian determinasi menunjukkan hasil nilai R-Square sebesar 4,2 % dapat disimpulkan sisanya sebesar 95,8 % dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada tempat penelitian serta variable yang dipilih dalam penelitian dimana penelitian ini menggunakan variable pelayanan.

No	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan
5	(Mentari et al., 2022) <i>“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan”</i>	Penelitian ini menemukan bahwa keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan emas secara signifikan dipengaruhi oleh promosi, kualitas layanan, motivasi, dan persepsi, dan bahwa semua faktor tersebut berperan dalam keputusan pembelian secara simultan.	Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel yang digunakan yaitu Promosi, Edukasi dan Motivasi. Variabel terikat pada penelitian juga terdapat perbedaan dimana pada penelitian ini menggunakan produk tabungan emas, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan tabungan haji

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara dari temuan penelitian. Jadi, hipotesis adalah dugaan tentang apa yang akan menjadi temuan penelitian. Dalam penelitian ini, kami berhipotesis bahwa:

1. Terdapat pengaruh signifikan promosi keputusan nasabah membuka tabungan haji di bank syariah indonesia (BSI). Tabungan haji adalah suatu program tabungan yang ditujukan kepada para nasabah bank

yang memiliki cita-cita untuk berangkat ke tanah suci (Makhdaleva, 2017). Bank Syariah Indonesia hadir menjadi satu-satunya Lembaga Keuangan dengan Holding Kepatuhan Syariah. Promosi adalah tindakan yang mengedukasi pelanggan tentang manfaat produk dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Daryanto, 2019). Menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh promosi serta kualitas layanan yang diberikan. Semakin tinggi tingkat promosi dan layanan yang diberikan akan semakin tinggi juga minat nasabah untuk membuka tabungan haji di bank syariah. Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya, maka hipotesis pertama (H1) yang diajukan yaitu:

H1 : Terdapat pengaruh signifikan promosi keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Terdapat pengaruh signifikan edukasi keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Edukasi berarti memberikan pengetahuan tentang layanan keuangan disebarkan melalui edukasi. Nasabah cenderung untuk menabung dapat berubah jika mereka mengetahui produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan edukasi memiliki pengaruh sebagian dari kualitas layanan, sosial, promosi, dan pengetahuan sehingga dapat dirumuskan hipotesis sementara adalah sebagai berikut:

H2 : Terdapat pengaruh signifikan edukasi keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI).

3. Terdapat pengaruh signifikan motivasi keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut (Yusuf 2010) menyatakan bahwa motivasi adalah tindakan orang dengan salah satu cara bergantung pada kebutuhan biologis

terhadap emosional. Ketika intensitas suatu kebutuhan meningkat akan mencapai ambang batas tertentu, maka kebutuhan tersebut akan menjadi motivasi. Hasil penelitian (Mentari et,al. 2021) menyatakan bahwa variabel independen motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di bank syariah Indonesia. Hal tersebut disebabkan, keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji semakin meningkat, karena sebelumnya nasabah sudah mengetahui produk yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia. Maka hipotesis ke tiga yang peneliti ajukan yaitu:

H3 : Terdapat pengaruh signifikan motivasi keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI).

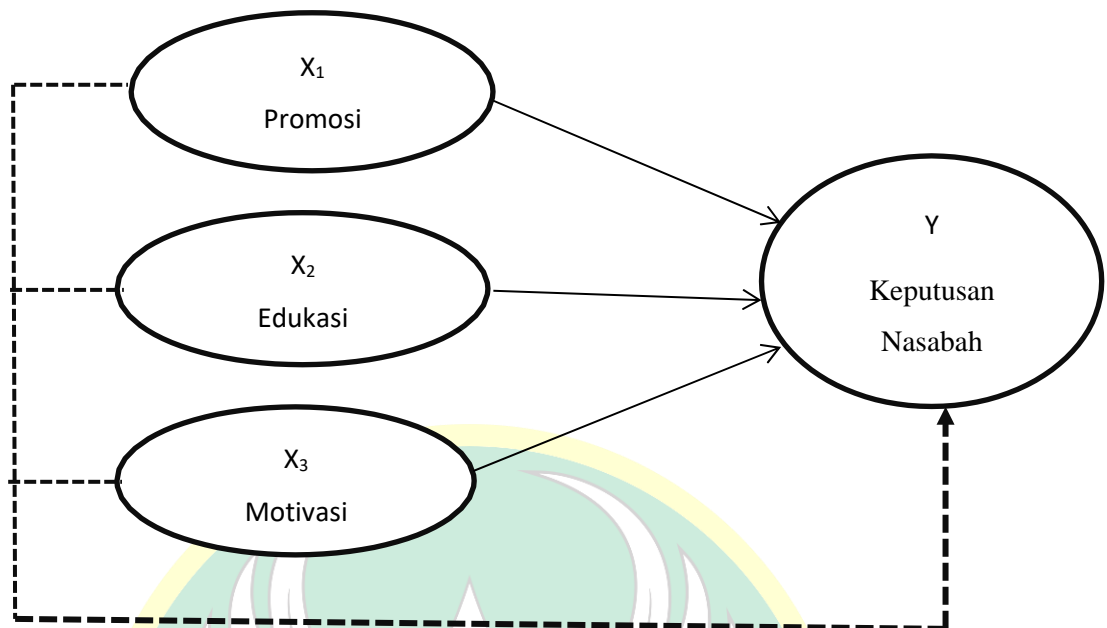
4. Terdapat pengaruh secara simultan promosi, edukasi, motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut Daryanto (2019) Promosi adalah tindakan yang mengedukasi pelanggan tentang manfaat produk dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Edukasi berarti memberikan pengetahuan tentang layanan keuangan disebarkan melalui edukasi. Nasabah cenderung untuk menabung dapat berubah jika mereka mengetahui produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Sehingga dalam hal ini variabel independen yang ada dalam penelitian ini memiliki beberapa pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. peneliti menyimpulkan dugaan hipotesis sementara yaitu:

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan promosi, edukasi, motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI).

E. Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah konseptualisasi bagaimana uraian di atas berkaitan dengan kemungkinan dampak promosi, edukasi dan motivasi

terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading I.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- : Menunjukkan pengaruh parsial
 - - - - - : Menunjukkan pengaruh secara simultan

Diagram sebelumnya memperjelas bahwa Keputusan Nasabah (Y) merupakan variabel dependen karena mempengaruhi variabel – variabel lainnya. Sementara Promosi (X1), Edukasi (X2), dan Motivasi (X3) adalah contoh variabel independen, setiap variabel yang memiliki efek pada variabel dependen disebut variabel independen.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan contoh dari penelitian kuantitatif. Untuk menguji hipotesis, peneliti kuantitatif melihat bagaimana berbagai faktor berinteraksi satu sama lain. Untuk meneliti data numerik menggunakan metode statistik, variabel – variabel ini sering kali diukur (biasanya menggunakan alat penelitian).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kc Kelapa Gading 1, Komplek Graha Boulevard, Blok KGC No. A-02-03, Jl. Boulevard Raya, RW.1, Klp. Gading Tim, Kec. Kelapa Gading Barat, Klp. Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240 adalah lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 sampai selesai.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019:126). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kelapa Gading 1.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019:127). Probability sampling digunakan untuk memilih sampel dari suatu populasi sedemikian rupa sehingga setiap bagian dari populasi memiliki kesempatan yang adil untuk diwakili dalam kumpulan data akhir. Peneliti

menggunakan strategi pengambilan sampel yang proporsional dengan ukuran populasi. Rumus Slovin (Suharsono & Sari, 2019) digunakan untuk menghitung ukuran sampel. Dengan menggunakan rumus Slovin, contoh perhitungannya mungkin terlihat seperti ini:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan maka sampel penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

$$n = \frac{581}{(1 + (581 \times 5\%^2))}$$

$$n = \frac{581}{(1 + (581 \times 0,005^2))}$$

$$n = \frac{581}{(1 + (581 \times 0,0025))}$$

$$n = \frac{581}{(1 + 1,4525)}$$

$$n = \frac{581}{2,4525}$$

n = 236,9 (dibulatkan menjadi 237)

Rumus *Slovin* menyarankan ukuran sampel minimum 236,9 (dibulatkan menjadi 237).

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Gejala variabel berfungsi sebagai variabel penelitian, yang merupakan faktor yang dapat diubah atau diubah selama penelitian. Menentukan dan menjelaskan variabel penelitian diperlukan untuk menelusuri arah hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel penelitian. Faktor-faktor yang kami teliti disini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2019:69). Variabel independen dilambangkan dengan X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), Edukasi (X2), dan Motivasi (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:69). Variabel dependen dilambangkan dengan Y. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah (Y) dalam menggunakan produk tabungan haji.

3. Indikator Penelitian

Indikator variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Promosi (X1)	Menurut Philip Kotler (dalam Vania, 2019), promosi memiliki indikator sebagai berikut: 6) Frekuensi Promosi	a) Promosi yang dilakukan BSI KC Kelapa Gading menjangkau banyak konsumen b) Promosi yang dilakukan BSI KC Kelapa Gading

No	Variabel	Dimensi	Indikator
		7) Kualitas Promosi 8) Kuantitas Promosi 9) Waktu Promosi 10) Ketepatan Sasaran Promosi	menarik c) BSI KC Kelapa Gading sering melakukan kegiatan promosi d) Promosi oleh BSI KC Kelapa Gading dilakukan dengan waktu yang tepat e) Promosi yang dilakukan BSI KC Kelapa Gading membantu memutuskan pemilihan tabungan haji.
2	Edukasi (X2)	Menurut (Fega Lianda Putri, 2021), edukasi memiliki indikator, sebagai berikut: a) Pelatihan b) Pendidikan c) Kualitas d) Pengajaran	Proses pemberian pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran dan pelatihan karyawan Bank BSI KC Kelapa Gading.
3	Motivasi (X3)	Menurut Santoso dan Purwanti (dalam Kevin Yonathan, 2020), motivasi memiliki indikator sebagai berikut. a) Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh	a) Produk tabungan haji menjadi alternatif untuk investasi b) Produk tabungan haji menjadi tempat penyimpanan yang aman c) Produk tabungan haji sedang populer di kalangan masyarakat

No	Variabel	Dimensi	Indikator
		<p>perusahaan.</p> <p>b) Konsumen merasa bahwa produk yang disediakan perusahaan dapat meningkatkan penampilan konsumen.</p> <p>c) Konsumen terdorong untuk Memilih produk karena tawaran yang menarik dari perusahaan.</p>	<p>d) Keluarga dan kerabat mendukung nasabah untuk membuka tabungan haji</p> <p>e) Nasabah senang memiliki produk tabungan haji di Bank BSI KC Kelapa Gading</p>
4	Keputusan Nasabah (Y)	<p>Menurut Kotler dan Keller (2009:178) ada beberapa indikator keputusan nasabah yaitu:</p> <p>5) Pilihan produk</p> <p>6) Pilihan merek</p> <p>7) Pilihan penyalur</p> <p>8) Metode pembayaran</p>	<p>a) Nasabah mengambil keputusan yang tepat dengan membuka tabungan haji karena bermanfaat</p> <p>b) Nasabah mengambil keputusan yang tepat untuk tabungan haji di BSI KC Kelapa Gading karena aman</p> <p>c) Nasabah menabung untuk haji di BSI KC Kelapa Gading karena percaya kualitas pelayanan dan kemampuan BSI KC Kelapa Gading</p>

No	Variabel	Dimensi	Indikator
			d) Nasabah rajin menabung di BSI KC Kelapa Gading

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Ichsan & Ali, 2020) teknik pengumpulan data adalah cara memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab rumusan topik penelitian. Wawancara, survei, observasi, studi kasus, dan FGD merupakan pilihan yang dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi. Metode-metode berikut ini digunakan untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian ini:

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mempelajari sebuah perusahaan dengan melihat operasionalnya secara langsung. Penelitian ini menggunakan strategi berikut untuk mengumpulkan data di lapangan:

a. Observasi

Penelitian ini menggunakan teknik observasi terselubung. Proses observasi dapat dilakukan dengan secara terbuka kepada subjek penelitian sebagai tanda bahwa peneliti sedang melakukan proses penelitian. Sehingga, subjek yang sedang diteliti mengetahui aktivitas penelitian yang berlangsung. Dalam penelitian ini, jenis observasi tersebut digunakan sebagai tolak ukur terhadap hasil wawancara yang telah dilakukan, sehingga dapat dilihat keterikatan dan kesenjangan dari tujuan penelitian dengan masalah yang terjadi di lapangan.

b. Kuesioner (Angket)

Metode kuisisioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019:199). Peneliti akan memberikan kuesioner kepada

nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kelapa Gading 1 untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Catatan, skenario, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan sebagainya merupakan contoh-contoh dokumen yang dapat digali informasinya melalui proses dokumentasi. Administrasi Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan data yang digunakan dalam analisis ini.

d. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan, juga dilakukan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2019:195). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada nasabah dan karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kelapa Gading 1 untuk mendapatkan informasi tambahan yang mendukung penelitian ini.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam materi yang terdapat di ruang perpustakaan, seperti: buku-buku, majalah, dokumen, catatan dan kisah – kisah sejarah dan lain – lainnya (Syafitri & Nuryono, 2020). Selain itu, studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian, karena penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah.

F. Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang diambil langsung dari obyek penelitian atau merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk file. Pencarian data primer bisa dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan responden,

melalui telepon, email dan sebagainya. Dalam mengumpulkan data primer, biasanya digunakan instrumen penelitian yang disebut dengan kuesioner (Ernitawati et al., 2020). Kuesioner disebarikan kepada nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Kelapa Gading 1 untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini.

- b. Data sekunder adalah jenis data tambahan yang tidak diperoleh dari sumber utama, tetapi sudah melalui sumber – sumber lain sebelumnya. Hal ini berarti bahwa pengguna data tersebut tidak merasakan secara langsung fenomena yang sedang diteliti, tetapi mendapatkan informasinya dari sumber – sumber primer lainnya (Jabnabillah & Reza Fahlevi, 2023). Informasi ini diperoleh dari berbagai macam sumber, termasuk buku, publikasi, internet, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Apakah pertanyaan-pertanyaan dalam satu set yang digunakan untuk mendefinisikan sebuah variabel realistik atau tidak, itulah tujuan dari uji validitas. Setiap pertanyaan dalam kuesioner harus menjalani uji validitas. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Jika r tabel lebih besar dari r hitung pada tingkat signifikansi 5%, maka temuan dianggap sah. Korelasi Pearson digunakan dalam pemeriksaan validitas ini untuk menentukan sejauh mana nilai-nilai yang berasal dari pertanyaan-pertanyaan berkorelasi satu sama lain. Agar suatu pertanyaan dapat dianggap valid, maka tingkat signifikansinya harus lebih kecil dari 0,05. Dalam uji validitas, dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka valid.

b) Jika nilai r hitung kurang dari r tabel, maka dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Kuesioner dapat digunakan sebagai indikasi yang dapat diandalkan dari suatu variabel atau konstruk jika telah melalui uji reliabilitas. Kuesioner dianggap dapat dipercaya jika jawaban responden tetap stabil selama beberapa kali pemberian. Menurut Al-Ghazali (Siti Ma'sumah, 2019:3) suatu data dikatakan reliabel apabila setelah diuji, nilai dalam tabel Cronbach Alphanya lebih dari 0,6. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menetapkan apakah suatu pengukuran yang diberikan dapat diandalkan atau tidak, atau apakah skor yang diperoleh dari pengukuran tersebut bebas dari kesalahan pengukuran. Keakuratan, ketergantungan, konsistensi, dan stabilitas dari suatu pengukuran merupakan aspek – aspek dari reliabilitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a) Jika nilai α item lebih tinggi dari ambang batas r tabel, maka item tersebut dianggap kredibel.
- b) Jika α lebih kecil dari r , maka item pernyataan dianggap tidak dapat dipercaya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi, data variable dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya (Fega Lianda Putri, 2021).

Uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini. Berikut adalah langkah-langkah yang digunakan selama pengujian (Fajrinafa, 2012):

Perumusan Hipotesis:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

Faktor-faktor berikut ini akan menjadi bahan pertimbangan:

- a) Jika $\text{Sign.} > 0,05$ maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- b) Jika $\text{Sign.} < 0,05$ maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model regresi yang digunakan. Semakin kecil korelasi diantara variabel bebasnya maka semakin baik model regresi yang akan diperoleh. metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan Tolerance dan Varianceinflation Faktor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas (Fega Lianda Putri, 2021).

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan membandingkan nilai *Tolerance* dengan nilai VIF (*Variation Inflation Factor*):

- a) Mempunyai nilai $\text{Tolerance} < 0,10$ dan $\text{VIF} > 0,10$, maka ada gejala multikolinearitas.
- b) Mempunyai nilai $\text{Tolerance} > 0,10$ dan $\text{VIF} < 0,10$, maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF) memberikan bukti adanya multikolinieritas. Ketika nilai toleransi menurun dan VIF meningkat, kita mendekati multikolinearitas. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa multikolinearitas terjadi apabila tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Fega Lianda Putri, 2021). Dalam sebuah model regresi, heteroskedastisitas tidak boleh ada, maka uji heteroskedastisitas menguji bentuk residual yang bervariasi antar data. Metode yang digunakan untuk membuat panggilan termasuk:

- a) Heteroskedastisitas terjadi jika ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit).
- b) Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan korelasi variabel dependen dengan variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) (Yuliana, 2016). Dan adapun alat analisis yang akan digunakan dengan menggunakan SPSS. Berikut rumus dari linier berganda (Yuliana, 2016)

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Signifikan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil maka, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel (Meidiyustiani, 2016).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perkembangan Bank Syariah Indonesia

Industri Perbankan di Indonesia memberikan perubahan besar bagi Indonesia karena sejarah baru hadirnya bank baru yang bernama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan Bank hasil merger antara PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri Tbk (BSM), dan PT Bank Negara Indonesia Syariah Tbk (BNIS). Dikarenakan BSI adalah gabungan dari 3 Bank maka dari itu, komposisi dari pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%.

Rencana penggabungan Bank Syariah Mandiri (BSM), BNI Syariah (BNIS), dan BRI Syariah (BRIS) pada tahun 2021 para pemegang saham menyetujui atas penggabungan ketiga bank tersebut. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan merger tiga Bank Syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomer SR-3/PB.1/2021. Pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung resmi beroperasi dan kemudian diberi nama "PT. Bank Syariah Indonesia".

2. Sejarah Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Kelapa Gading 1

Setelah diresmikan oleh Presiden Joko Widodo BSI melakukan persebaran setiap kantor cabangnya. Salah satu persebaran kantor cabangnya adalah BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 yang mulai 45 beroperasi pada tanggal 01 Maret 2021 yang berlokasi di Komplek Graha Boulevard Blok KGC No. A-02-03 Jl. Boulevard Raya, RW 01,

Kelapa Gading, Jakarta Utara, DKI Jakarta. Dalam area Kelapa Gading memiliki 2 cabang kantor dari Area Kelapa Gading yaitu Kelapa Gading 1 dan Kelapa Gading 2. Sebelum berubah nama dari Bank Syariah Indoensia (BSI) KC Jakarta Kelapa Gading 1 merupakan kantor cabang dari Bank Syariah Mandiri (BSM). BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 sekarang dipimpin oleh Ibu Neny Kurniawaty dan memiliki banyak karyawan dengan berjumlah 34.

3. Visi dan Misi BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1

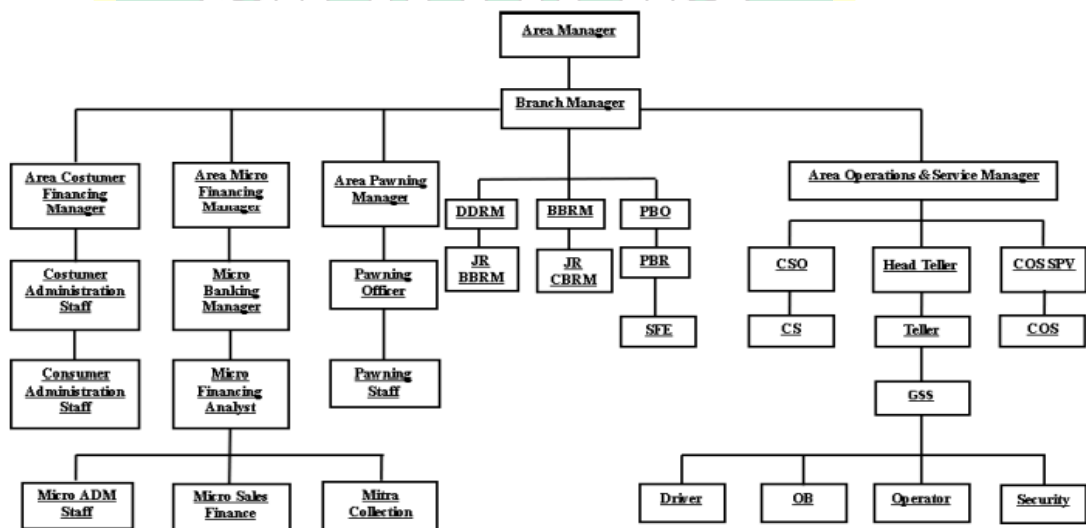
a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi parapemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

4. Struktur Organisasi di BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan berdasarkan buku job description PBO/PBR BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 2022 adalah sebagai berikut:

a. Area Manager

Tugas: Mengawasi, mengelola, mengembangkan, monitoring, dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan bisnis dan operasional Bank di area tersebut dan juga memberikan saran atau masukan atas kinerja seluruh unit bisnis.

b. Branch Manager

Tugas: Mengelola dan mengawasi seluruh aktifitas yang ada di kantor cabang terkait perbankan.

c. Area Micro Banking Manager

Tugas: mencapai target dari aktifitas pemasaran, operasional, pencapaian target bisnis, penagihan untuk Kol 1 dan 2, koordinasi dengan MBR dalam penyelesaian pembiayaan bermasalah di masing-masing outlet yang bermasalah.

d. Area Pawning Manager

Tugas: Mengidentifikasi peluang bisnis dengan menyusun perencanaan, mengelola, serta mengembangkan rencana pemasaran dalam target bisnis gadai dibawah koordinasinya yang telah ditentukan.

e. Area Consumer Financing Manager

Tugas: Mengelola pelayanan sistem dan prosedur serta memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan.

f. Business Banking Relationship Manager (BBRM)

Tugas: mempromosikan produk dan mencari peluang segmen SME, membina dan meningkatkan hubungan dengan nasabah secara baik untuk mempertahankan kualitas pembiayaan dari debitur yang menjadi kelolanya untuk memenuhi pertumbuhan portofolio pembiayaan yang sehat dan tingkat profitabilitas yang tinggi.

g. Retail Banking Relationship Manager (RBRM)

Tugas: menjalankan fungsi kepemimpinan dan koordinasi serta mencari peluang bisnis mengelola proses pembiayaan secara efektif dan efisien di wilayah kerja, sehingga dapat memberikan keputusan pembiayaan nasabah yang sehat dan mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.

h. Priority Banking Officer (PBO)

Tugas: Membantu pengelolaan kebutuhan dalam aktifitas Perbankan dan memberikan solusi yang tepat untuk keinginan ataupun perencanaan keuangan nasabah.

i. Priority Banking Representative (PBR)

Tugas: memberikan prioritas utama bagi nasabah dalam pelayanan yang disediakan bank.

j. Syariah Funding Executive (SFE)

Tugas: Mencari nasabah yang mempunyai dana dan ingin menyimpan dananya di bank untuk meningkatkan NOA (Number One Account).

k. Area Operation & Service Manager

Tugas: memastikan kegiatan operasional terkelola sesuai ketentuan yang ditentukan berdasarkan target area office yang ditetapkan oleh Regional Office.

l. Clearing & Operation Service Supervisor (COS SPV)

Tugas: Meninjau kembali aktifitas kliring dan operasional kliring terkelola sesuai dengan kebijakan yang berlaku dan tepat waktu.

m. Customer Service Officer (CSO)

Tugas: Mengelola aktivitas operasional dan service nasabah sesuai dengan Standar Operation Prosedur (SOP) yang berlaku.

n. Head Teller

Tugas: Mengarahkan, mengawasi, dan berkoordinasi aktivitas dari operasional/pelayanan transaksi. Teller dan meninjau kembali

keamanan agar tidak ada kesalahan serta efektivitas kegiatan Cash Management.

o. General Support Staff (GSS)

Tugas: Mengatur keuangan bank mulai dari keluar masuk uang sampai keperluan yang dibutuhkan yang mendukung operasional bank.

5. Produk di BSI Jakarta Kelapa Gading 1

Berdasarkan buku katalog produk (2022) BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1, produk yang ada di BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 sebagai berikut:

a. Tabungan

- 1) BSI Tabungan Bisnis Tabungan ini memiliki akad mudhrabah muthaqah yang menggunakan satuan mata uang rupiah sehingga transaksi yang dilakukan akan lebih mudah. Dalam produk 50 Tabungan Bisnis ada beberapa keuntungan salah satunya adalah gartis biaya transfer dengan minimal saldo 10 juta dan limit yang lebih kompetitif.
- 2) BSI Tabungan Classic Fungsi dari produk ini adlh sebagai suatu investasi dana yang mampu menampung setoran cash collateral atau goodwill. Adapun untuk memiliki tabungan ini harus memiliki rekening collateral dan memiliki NPWP.
- 3) BSI Tabungan Easy Mudhrabah Produk tabungan ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad mudharabah sehingga dana yang diinvestasikan dalam tabungan BSI disalurkan ke dalam sektor-sektor yang telah terjamin sesuai syariah yaitu halal.
- 4) BSI Tabungan Easy Wadiah Produk tabungan ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad wadiah yad dhmanah. Dalam hal ini nasabah dapat menitipkan dananya ke Bank dengan tanpa khawatir karena dikelola dengan prinsip-

prinsi syariah. Dan terkait profit antara pihak yang memiliki tabungan dan bank dapat dilakukan apabila disetujui pihak Bank Syariah.

- 5) BSI Tabungan Junior Produk ini bertujuan untuk mempermudah kepada anak ataupun elajar yang dibawah 17 tahun. Hal ini berguna untuk dapat memberikan motivasi dan keinginan menabung sejak muda. Adapun untuk setoran minimal dari tbungan ini adalah 100 ribu rupiah.
- 6) BSI Tabungan Mahasiswa sama hal nya seperti BSI Tabungan Junior produk ini diperuntukan kepada mahasiswa yang terdaftar di Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta. Sama halnya pada tabungan pada umumnya, mahasiswsa juga akan mendapatkan kartu debit yang sudah terintegrasi secara digital.
- 7) BSI Tabungan Pendidikan Tabungan ini diperuntukan kepada anak-anak yang merencanakan pendidikan anak yang akan ditanggung. Adapun untuk setoran awalnya mulai dari 100 ribu rupiah.
- 8) BSI Tabungan Simpanan Pelajar Tabunagn ini ditunjukan kepada para siswa yang penerbitannya yang dilakukan secara nasional oleh BSI. Adapun untuk setoran mulai dari Rp. 1000 saja.
- 9) BSI Tabungan Pensiun Tabungan diperuntukan bagi nasbah secara peroarang yang sudah terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiunan yang berkerja sama dengan Bank terkait.
- 10) BSI Tabungan Valas Tabungan yang diperuntukan bagi yang ingin menyimpan tabungan dalam mata uang dollar.

b. Transaksi

1) BSI Giro Rupiah

Akad yang dilakukan pada produk ini adalah menggunakan prinsip wadiah sehingga dengan asas 52 syar'i dan berkesempatan mendapatkan bonus Bank dari transaksi ini.

2) BSI Giro Valas

BSI juga menyediakan kemudahan dalam transaksi Giro Valas untuk memiliki dana dalam mata uang Dollar.

c. Bisnis

1) Bank Guarantee Under Counter Guarantee

Produk ini menyediakan sebuah layanan dan jasa yang memberikan penjamin atas permintaan atau kontrak jaminan dari dana Bank maupun bukan Bank.

2) BSI Bank Garansi

Produk ini ditunjukkan kepada para vendor ataupun kontraktor dari PT PLN dalam menyediakan barang dan jasa.

3) BSI Cash Management

Produk ini berguna dalam memudahkan transaksi dalam bisnis menjadi lebih mudah karena dibantu oleh Internet Banking.

4) BSI Giro Ekspor SDA

Produk ini berguna dalam memberikan layanan dalam pembiayaan kepemilikan rumah atau dapat digunakan juga sebagai properti berhadiah porsi haji dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

5) BSI Giro Optima

Produk ini berguna untuk menempatkan dana di giro untuk digunakan sebagai transaksi perusahaan dengan hasil yang lebih efisien.

6) BSI Giro Pemerintah

Produk ini bertujuan untuk sebagai agunan. Adapun dalam hasil dari keuntungan Giro Pemerintah dibagi setara dengan saving dari saldo rata.

7) BSI Pembiayaan Investasi

Produk ini bertujuan untuk alat investasi yang dapat digunakan untuk pembiayaan baik dalam jangka menengah hingga jangka Panjang.

8) Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank

Produk ini bertujuan agar transaksi trade finance antar Bank sehingga utang yang ada di nasabah dapat di tagih sesuai dengan prinsip syariah.

9) Pembiayaan yang Diterima (PYD)

Pinjaman maupun biaya yang diterima pihak BSI dari berbagai pihak Bank lainnya baik domestik maupun internasional.

d. Emas

1) BSI Cicil Emas

Produk ini bertujuan untuk melakukan pembiayaan dalam berupa emas batangan dengan secara berangsur-angsur dengan jangka waktu yang telah disepakati. Adapun minimal dalam melakukan cicil emas adalah 10 gram.

2) BSI Gadai Emas

Produk ini berguna untuk melakukan pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif mendapatkan uang tunai dengan cepat.

e. Haji dan Umrah

1) BSI Tabungan Haji Indonesia BSI tabungan haji

merupakan fitur layanan perbankan yang menyediakan fasilitas kepada nasabah yang ingin menabung haji. BSI tabungn haji indonesia bisa dilakukan dengan beberapa

ketentuan yaitu berumur 17 tahun keatas dan harus mempunyai KTP.

- 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia Sama halnya dengan BSI Tabungan Haji Indonesia, produk ini diperuntukan kepada memberikan pelayanan bagi nasabah yang ingin merencanakan ibadah haji bagi diri sendiri maupun orang lain. Adapun ketentuan yang dari produk ini berbeda dari tabungan haji yaitu batas usianya adalah 13 tahun.

f. Investasi

- 1) BSI Deposito Valas

Produk ini digunakan untuk melakukan investasi dalam jangka 1 sampai 12 bulan.

- 2) BSI Reksa Dana Syariah

Produk ini sama seperti reksa dana yaitu sekumpulan dana berasal dari nasabah yang dikelola dengan mendapatkan keuntungan sesuai dengan jumlah reksadana yang dibeli. Tetapi, pada produk ini dikarenakan Bank Syariah maka transaksi yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

- 3) Deposito Rupiah

Deposito rupiah merupakan sebagai deposit perseorangan maupun perusahaan dengan menggunakan rupiah. Deposito syariah juga sebagai salah satu alat investasi yang berbasis syariah di perbankan.

- 4) Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)

Produk ini berguna untuk nasabah yang berkeinginan dalam investasi wakaf dana.

- 5) Referral Retail Brokerage

Produk ini bertujuan kepada investasi nasabah yang berpotensi seperti bekerjasama dengan perusahaan sekuritas.

g. Pembiayaan

- 1) BSI Griya Hasnah Produk ini berguna untuk nasabah yang ingin melakukan pembiayaan kepemilikan rumah.
- 2) BSI Mitraguna Berkah Produk yang dapat digunakan untuk tujuan pembayaran. Dan adapun angsurannya pun terbilang ringan dan stabil.
- 3) BSI Multiguna Berkah Produk ini digunakan bagi berbagai tujuan pembayaran yang memiliki sifat yang konsumtif salah satunya adalah belanja furniture.
- 4) BSI Otto Produk digunakan bagi nasabah yang ingin melakukan pembiayaan kepemilikan motor.
- 5) BSI Griya Mabur Produk ini digunakan untuk melakukan pembiayaan rumah dengan fasilitas autodebet di tabungan BSI agar transaksi menjadi mudah karena dilakukan secara online.
- 6) BSI Griya Simuda Produk ini digunakan untuk kepada nasabah yang ingin memiliki kepemilikan rumah dengan usia 21 tahun sampai 40 tahun.
- 7) BSI KPR Sejahtera Produk ini memiliki angsuran tetap yang sesuai dengan prinsip syariah. Dan adapun untuk harga jualnya sendiri terbilang ringan.
- 8) BSI KUR Kecil, Mikro, Super Mikro Produk ini digunakan untuk jika nasabah ingin membuka usaha tetapi tidak mempunyai modal maka, produk ini dapat memfasilitasi nasabah tersebut dengan pembiayaan modal.

h. Prioritas

- 1) BSI Prioritas

Produk ini merupakan layanan eksklusif kepada nasabah yang memiliki jumlah dana yang besar di tabungan yaitu minimal 500 juta rupiah. Produk ini memiliki benefit yang berbeda dari nasabah biasa yaitu mulai dari pelayanan sampai hadiah.

2) BSI Private

Sama halnya BSI Prioritas dalam hal pelayanan maupun benefit yang didapat tetapi memiliki minimal saldo yang berbeda yaitu 5 Miliar rupiah dan mendapatkan keistimewaan nasabah prioritas secara private.

3) Safe Deposit Box (SDB)

Produk ini digunakan untuk sebagai wadah penyimpanan yang berupa surat, dokumen, dan harta berharga lainnya. Penyimpanan tersebut didukung teknologi canggih dan tetap berlandaskan prinsip Syariah.

B. Karakter Responden

Responden pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jakarta Kelapa Gading 1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menyebar kepada 237 responden nasabah dengan karakteristik responden sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin maka, responden dalam penelitian ini dapat diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Nasabah BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-Laki	115	48,5%
2	Perempuan	122	51.5%
Total		237	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Seperti yang terlihat pada tabel 4.1 di atas, responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Responden perempuan sebanyak 122 orang dan memiliki presentase (51,5%) dan sedangkan untuk responden laki-laki sebanyak 115 orang dan memiliki presentase (48,5%).

b. Responden Berdasarkan Jenis Usia

Berdasarkan usia dari responden pada penelitian ini dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia pada Nasabah BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 30 Tahun	46	19,5%
2	31 – 40 Tahun	68	28,6%
3	41 – 50 Tahun	87	36,7%
4	> 51 Tahun	36	15,2%
	Total	237	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat ditentukan bahwa yang menjadi responden yang berusia dibawah dari 30 tahun sebanyak 46 orang dan memiliki presentase (19,5%). Responden yang berusia 31- 40 tahun sebanyak 68 orang dan memiliki presentase (28,6%). Responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 87 orang dan memiliki presentase (36,7%). Dan Responden lebih dari 50 tahun ke atas sebanyak 36 orang dan mempunyai presentase (15,2%).

c. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan maka, responden dalam penelitian ini dapat diperoleh dari data berikut:

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada Nasabah KC Jakarta Kelapa Gading 1

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Ibu Rumah Tangga	43	18,1%
2	Pegawai Swasta	34	14,3%
3	Pegawai Negeri	25	10,5%
4	Guru	23	9,7%
5	Pedagang	16	6,7%
6	Wirawasta	11	4,6%

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
7	Teknisi	7	2,9%
8	Buruh Harian Lepas	15	6,3%
9	Mahasiswa	13	5,4%
10	ASN	12	5,0%
11	Polisi	8	3,3%
12	TNI	5	2,1%
13	Pengusaha	6	2,5%
14	Pustakawan	4	1,6%
15	Fotografer	6	2,5%
	Total	237	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 4.3 diatas, responden dalam penelitian memiliki banyak keragaman dalam jenis pekerjaan. Nasabah dari ibu rumah tangga sebanyak 43 orang dan memiliki presentase (18,1%). Nasabah dari pegawai swasta sebanyak 34 orang dan memiliki presentase (14,3%). Nasabah dari pegawai negeri sebanyak 25 orang dan memiliki presentase (10,5%). Nasabah dari guru sebanyak 20 orang dan memiliki presentase (10,0%). Nasabah dari pedagang sebanyak 16 dan memiliki presentase (6,7%). Nasabah dari wiraswasta sebanyak 11 orang dan memiliki presentase (4,6%). Nasabah dari teknisi sebanyak 7 dan memiliki presentase (2,9%) Nasabah dari buruh harian lepas sebanyak 15 dan memiliki presentase (6,3%). Nasabah mahasiswa sebanyak 13 dan memiliki presentase (5,4%). Nasabah dari ASN sebanyak 12 dan memiliki presentase (5,0%). Nasabah polisi sebanyak 8 dan memiliki presentase (3,3%). Nasabah dari TNI sebanyak 5 dan memiliki presentase (2,1%). Nasabah dari pustakawan sebanyak 4 dan memiliki presentase (1,6%). Nasabah dari pengusaha dan pustakawan sebanyak 6 dan memiliki presentase (2,5%).

C. Hasil Penelitian

1. Teknik Analisa Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah salah satu langkah yang dilakukan untuk menguji terhadap isi sebuah instrumen, tujuan dari uji validitas yaitu mengukur ketepatan instrumen yang akan dipergunakan dalam sebuah penelitian (Hakim et al., 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perhitungan validitas dengan IBM SPSS Statistics 25. Dimana teknik pengajuan menggunakan korelasi Bivariate Pearson. Dengan menggunakan korelasi antar skor pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Adapun nilai dari r tabel penelitian ini adalah (0,127). Jika r hitung > r tabel maka, dinyatakan valid (Janna & Herianto, 2021).

Tabel 4. 4
Hasil Uji Promosi (X1)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,674	0,127	Valid
2	0,638	0,127	Valid
3	0,583	0,127	Valid
4	0,536	0,127	Valid
5	0,639	0,127	Valid
6	0,641	0,127	Valid
7	0,551	0,127	Valid
8	0,247	0,127	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua item variabel Promosi terhadap keputusan nasabah mempunyai kriteria yang valid dengan ketentuan r hitung > r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dari pertanyaan variabel Promosi layak dalam penelitian.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Edukasi (X2)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,586	0,127	Valid
2	0,617	0,127	Valid
3	0,628	0,127	Valid
4	0,667	0,127	Valid
5	0,545	0,127	Valid
6	0,482	0,127	Valid
7	0,576	0,127	Valid
8	0,735	0,127	Valid
9	0,660	0,127	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua item variabel Edukasi terhadap keputusan nasabah mempunyai kriteria yang valid dengan ketentuan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dari pertanyaan variabel Edukasi layak dalam penelitian.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Motivasi (X3)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,615	0,127	Valid
2	0,600	0,127	Valid
3	0,773	0,127	Valid
4	0,778	0,127	Valid
5	0,597	0,127	Valid
6	0,760	0,127	Valid
7	0,697	0,127	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua item variabel Motivasi Selling terhadap keputusan nasabah mempunyai kriteria yang valid dengan ketentuan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dari pertanyaan variabel Motivasi Selling layak dalam penelitian.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Keputusan Nasabah (Y)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,534	0,127	Valid
2	0,581	0,127	Valid
3	0,504	0,127	Valid
4	0,576	0,127	Valid
5	0,583	0,127	Valid
6	0,520	0,127	Valid
7	0,583	0,127	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua item variabel Keputusan Nasabah terhadap keputusan nasabah mempunyai kriteria yang valid dengan ketentuan r hitung $>$ r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dari pertanyaan variabel Keputusan Nasabah layak dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu hal yang bisa dipercaya atau suatu keadaan bisa dipercaya (Hakim et al., 2021). Sehingga pengujian reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui kestabilan alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perhitungan validitas dengan IBM SPSS Statistics 25. Dimana tehnik pengajuan menggunakan Koefisien alpha. Koefisien alpha dapat diukur menggunakan Cronbach alpha. Adapun untuk menguji realibitas apabila cronbach alpha lebih besar dari 60% atau 0,6 (Anugrah et al., 2022). Berikut hasil uji reliabilitas terhadap kuesioner pada masing- masing variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Promosi (X1)	0,732	0,60	Reliabel
Edukasi (X2)	0,750	0,60	Reliabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Motivasi (X3)	0,762	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,724	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua nilai Cronch's Alpha $> 0,6$ dari variabel Promosi (X1), Edukasi (X2), Motivasi (X3), dan Keputusan Nasabah (Y). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan konsisten atau reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		237
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	E-15
	Std. Deviation	2,36454929
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,075
	Negative	-,112
Test Statistic		,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,312 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

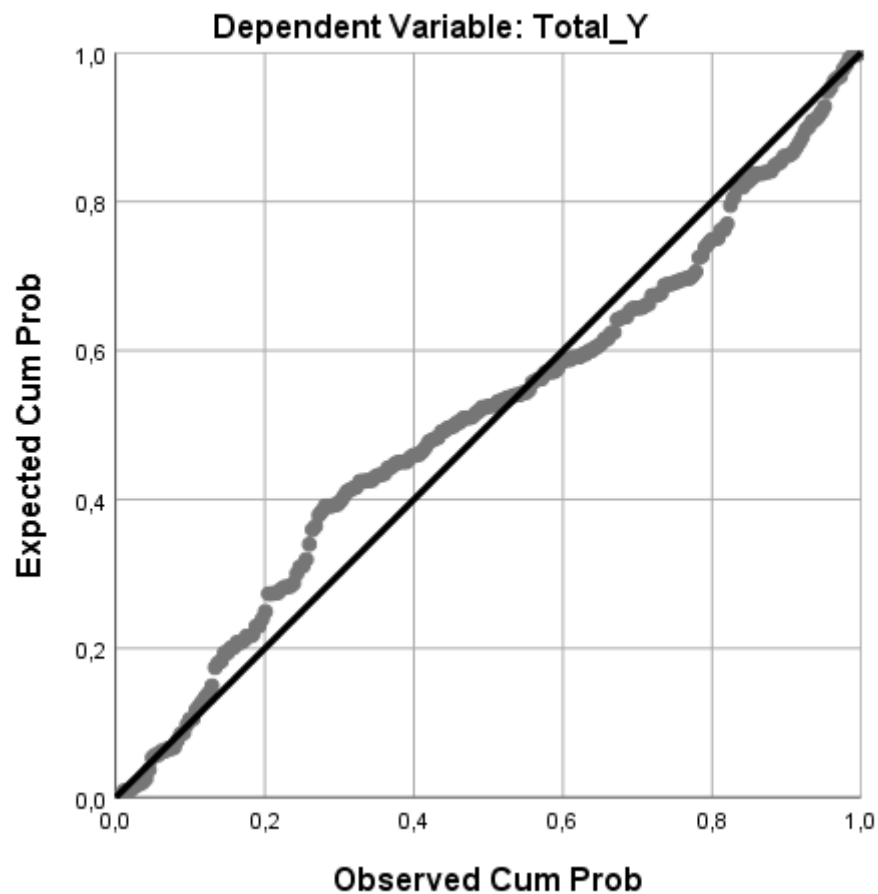
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh hasil signifikan uji normalitas sebesar 0,312. Hasil tersebut lebih besar dari taraf

signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas penelitian ini berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4. 2 Histogram

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4.2 pada grafik P.Plot dapat dilihat bahwa titik tersebut menyebar sekitar diagonal dan 66 mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan berdistribusi normal sebaran yang normal atau memenuhi asumsi normalitas dari sebaran data tersebut.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas terjadi variabel bebasnya (independen) saling berkorelasi satu sama lain. Untuk mengetahui apakah terdapat multikolonieritas dalam suatu model regresi dengan cara melihat Tolerance dan lawannya VIF (*Variance Inflation*) Data bisa dikatakan baik ketika tidak ada permasalahan di uji multikolonieritas. Apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Berikut hasil uji multikolonieritas terhadap masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,368	1,831		7,847	,000		
	Total_X1	,133	,053	,158	2,503	,013	,869	1,150
	Total_X2	,206	,043	,322	4,824	,000	,775	1,291
	Total_X3	,051	,045	,073	1,117	,265	,811	1,233

a. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 4.3
Hasil Uji Multikolonieritas

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan pada gambar 4.3 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji multikolonieritas dapat diketahui masing-masing variabel yaitu Promosi (X1) menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,869 dan nilai VIF sebesar 1.150. Edukasi (X2) menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,775 dan nilai VIF sebesar 1.291. Motivasi (X3) menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,811 dan nilai VIF sebesar 1.233.

Maka dapat diketahui bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas terhadap data yang diujikan atau tidak adanya korelasi antar variabel independen sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteoskedastisitas untuk mengetahui apakah model regresi harus memenuhi asumsi heteroskedastisitas dengan cara model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variasi pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Dan adapun cara tingkat heteroskedastisitas dengan uji gletser dengan penilaian pada signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Dewi, 2012). Berikut hasil uji heteroskedastisitas terhadap masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-1,177	1,273		-,925	,356	
	Total_X1	,040	,037		,075	1,082	,280
	Total_X2	,037	,030		,092	1,251	,212
	Total_X3	,011	,031		,025	,344	,731

a. Dependent Variable: RES_2

Gambar 4. 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan pada gambar 4.4 dapat dilihat bahwa uji Heteroskedastisitas dalam ketiga variabel independen menunjukkan bahwa variabel Promosi (X1) memiliki nilai signifikan 0,280, variabel Edukasi (X2) memiliki nilai signifikan 0,212, variabel Motivasi (X3) memiliki signifikan 0,731. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut nilai signifikan $> 0,05$ yang artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Promosi (X1), Edukasi (X2), Motivasi

(X3)) terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah). Berikut hasil uji analisis linier berganda sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,368	1,831		7,847	,000
	Total_X1	,133	,053	,158	2,503	,013
	Total_X2	,206	,043	,322	4,824	,003
	Total_X3	,051	,045	,073	1,117	,265

a. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 4. 5

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda pada gambar 4.5, maka memperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 14,368 + 0,133 X1 + 0,206 X2 + 0,051 X3$ Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

X1 = Promosi

X2 = Edukasi

X3 = Motivasi

- b. Nilai konstanta sebesar 14,368, artinya jika variabel (Promosi, Edukasi dan Motivasi) dianggap konstan, maka skor keputusan nasabah nilainya 14,368.
- c. Koefisien regresi X1 adalah 0,133. Menunjukan bahwa setiap meingkat 1 satuan maka minat akan meningkat 0,133. Dan sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel Promosi (X1) sebesar 1 keputusan nasabah menurun 14,368.
- d. Koefisien regresi X2 adalah 0,206. Menunjukan bahwa setiap meningkat 1 satuan maka keputusan nasabah akan meningkat

0,206. Dan sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel Edukasi (X2) sebesar 1 keputusan nasabah sebesar 0,206.

- e. Koefisien regresi X3 adalah 0,051. Menunjukkan bahwa setiap terjadi 1 satuan maka keputusan nasabah akan meningkat 0,051. Dan sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel Motivasi sebesar 1 keputusan nasabah sebesar 0,051.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t mempunyai tujuan untuk mengidentifikasi apakah variabel Promosi (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y), variabel Edukasi (X2), berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y), dan variabel Motivasi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah (Y).

Dasar pengambilan keputusan pengujian Uji t, sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh dari variabel dependen. H_a diterima apabila t_{hitung} pada $\alpha = 0,05$.

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t (\alpha/n : n-k-1) \\
 &= t (0,05/2 : 237-6-1) \\
 &= t (0,025 : 230) \\
 &= 1,970.
 \end{aligned}$$

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,368	1,831		7,847	,000
	Total_X1	,133	,053	,158	2,503	,013
	Total_X2	,206	,043	,322	4,824	,003
	Total_X3	,051	,045	,073	1,117	,265

a. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 4. 6 Hasil Analisis Uji t

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t pada gambar 4.6 dapat diketahui bahwa uji t terhadap variabel Promosi (X1) diperoleh *thitung* sebesar 2,503 dengan signifikan t sebesar 0,13. Karena nilai *thitung* > *ttabel* ($2,503 > 1,970$) dan dengan tingkat signifikan t > 0,05 ($0,013 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diiterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil uji t terhadap variabel Edukasi (X2) diperoleh nilai *thitung* sebesar 4,824 dengan nilai signifikan sebesar 0,003. Karena nilai *thitung* > *ttabel* ($4,824 > 1,970$) dan tingkat signifikan t > 0,05 ($0,003 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolajj dan H1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil uji t terhadap variabel Motivasi (X3) diperoleh nilai *thitung* sebesar 1,117 dengan nilai signifikan sebesar (0,265) Karena nilai *thitung* > *ttabel* ($1,117 > 1,970$) dan tingkat signifikan t > ($0,265 > 0,050$) sehingga dapat disimpulkan bahwa

secara parsial Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengidentifikasi apakah variabel independen Promosi (X1), Edukasi (X2), dan Motivasi (X3) yang digunakan dalam model regresi secara stimulan berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan nasabah (Y).

3) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat kontribusi stimulan yang signifikan antar variabel independen terhadap variabel dependen.

4) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada kontribusi stimulan yang signifikan anatar variabel independen terhadap variabel dependen Nilai F_{tabel} dapat dicari pada tabel stastik pada signifikan 0,05. Adapun penentuan nilai F_{tabel} sebagai berikut: $F_{tabel} = a; (k;n-k-1) = 0,05 ; (6 ; 237 - 6 - 1) = 0,05 ; 2 ; 230 = 2,14$.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317,059	3	105,686	18,662	,000 ^b
	Residual	1319,498	233	5,663		
	Total	1636,557	236			

a. Dependent Variable: Total_Y
b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Gambar 4. 7 Hasil Analisis Uji F

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat paad gambar 4.7 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 18,662 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,14. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,662 > 2,14$) atau signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut

membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel Promosi, Edukasi, dan Motivasi memiliki dampak kolektif terhadap keputusan nasabah atau secara stimulan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk untuk memperlihatkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,440 ^a	,374	,183	2,380	1,645

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2
 b. Dependent Variable: Total_Y

Gambar 4.8
Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4.8, menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,194. Apabila R^2 mendekati nol maka kemampuan bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas sedangkan jika mendekati satu maka dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jadi, dapat disimpulkan pada gambar di atas yaitu variabel Promosi (X_1), Edukasi (X_2), dan Motivasi (X_3) memiliki pengaruh 37,4% terhadap keputusan nasabah. Sedangkan sisanya 62,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Hasil Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji di BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1. Berikut ini merupakan pembahasan dari masing-masing variabel terkait dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah

Setelah dilakukannya perhitungan antara variabel bebas Promosi terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah, maka hasil dari analisis daya dan pengujian hipotesis menunjukkan berdasarkan uji t memperoleh hasil *thitung* sebesar 2,286 dengan signifikan t sebesar 0,023. Karena nilai *thitung* > *ttabel* ($2,286 > 1,972$) dan dengan tingkat signifikan t lebih besar dari 0.05 ($0,023 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa advertising berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sehingga H1 diterima.

Menurut (E. Liana et al., 2020) promosi adalah suatu informasi satu arah yang bisa dibuat untuk mengarahkan individu maupun kelompok kepada tindakan yang dapat menciptakan feedback yang baik dalam pemasaran. Suatu informasi dapat didapatkan dari beberapa media yang tersebar melalui media internet, Tv, radio, koran, dll (Gracia, 2015). Maka dari itu, promosi dalam melakukan pemasaran harus mengetahui target siapa yang akan dituju agar promosi yang dilakukan dapat secara efektif dan efisien terutama pada sektor perbankan. Hal ini didukung oleh penelitian (E. Liana et al., 2020) menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi promosi yaitu, menimbulkan rasa minat, menarik, dan memberikan rasa keingintahuan. Berdasarkan dari data diatas promosi memiliki peran dalam keputusan khususnya pada keputusan nasabah dalam menentukan produk yang akan dipilih. Menurut (Sirait, 2016) keputusan adalah rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tertentu, tanpa ada yang menyuruh. Maka dari itu, promosi dapat mempengaruhi keputusan dari nasabah. Promosi dalam menarik keputusan terhadap nasabah ataupun yang ingin dituju. Di dalam AI –

Qur'an mengatur cara melakukan promosi dengan berkata yang benar (Endang Trihastuti, 2020). Seperti pada firman Allah SWT di Surat Al – Ahzab 70-71, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ

وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu sekalian kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu. Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar.” (Q.S. Al-Ahzab : 70-71)

Promosi yang ditetapkan menurut BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 dalam melakukan promosi menggunakan media banner, pamflet, dan whatsapp. Sehingga promosi yang dilakukan mendapatkan respon yang baik kepada nasabah yang ingin melakukan pembiayaan tabungan haji. Dalam penyebaran promosi dilakukan secara individu maupun Bank itu sendiri. Berdasarkan dari salah satu karyawan yang menangani bagian tabungan haji yaitu Hendras mengatakan “Setiap karyawan disini setiap paginya share perkembangan tabungan haji di status wa”. Dan adapun promosi yang dilakukan oleh BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 adalah menyebarkan brosur di lingkungan sekitar maupun menempatkan banner tabungan haji di halaman depan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1. Namun, dari hasil yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa variabel dari Promosi memiliki pengaruh lebih kecil dibandingkan Edukasi dan Motivasi. Hal ini dipengaruhi karena ketidakpekaan terhadap teknologi dan juga banyaknya nasabah yang berumur 40 ke atas yang mayoritas kurang terhadap teknologi. Maka dari itu, karyawan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 bisa lebih berkembang dan bisa menyesuaikan dalam promosi terhadap keputusan nasabah khususnya tabungan haji.

Seperti temuan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Ida Rapida yang berjudul “Pengaruh Promosi, Sales Promotion, Motivasi dan Publicity terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan KPR di BTN KCS Bandung” yang hasil penelitiannya menyatakan jika variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah (Ida Rapida, 2023).

2. Pengaruh Edukasi terhadap Keputusan Nasabah

Setelah dilakukannya perhitungan antara variabel bebas Edukasi terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah, maka hasil dari analisis data dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa berdasarkan uji t yang diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3,515 dengan signifikan t sebesar 0,001. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,515 > 1,972$) dan dengan tingkatan signifikan t lebih dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Edukasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, sehingga H2 diterima.

Menurut (Puteri et al., 2021) Edukasi adalah proses interaktif antara perusahaan dan nasabah melalui telepon. Dikarenakan proses telemarketing melalui telepon maka, interaksi yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dikarenakan nasabah bisa mengekspresikan dalam melalui pembicaraan telepon. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Mulyati, 2014) dalam kategori dalam mendengarkan secara interaktif dan non interaktif. Dalam interaktif ini secara bergantian melakukan aktifitas mendengar dan berbicara. Oleh karena itu, kita memiliki kesempatan dalam bertanya guna mendapatkan penjelasan, meminta lawan bicara mengulang apa yang diucapkan olehnya. Maka dari itu, komunikasi lewat telepon ini digunakan untuk para nasabah yang sekiranya ingin bertanya secara langsung akan tetapi tidak ada di Bank itu sendiri terhadap produk yang minati agar dapat memberikan solusi terhadap pertanyaan yang diberikan kepada karyawan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan (Timbowo, 2016) menunjukkan bahwa yang mempengaruhi keputusan yaitu kebutuhan

yang menciptakan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam edukasi juga harus memperhatikan bagaimana cara berkomunikasi agar tidak menyakiti hati siapapun. Allah SWT berfirman untuk menjaga hubungan baik dan tidak menyakiti hati siapapun dalam Surat Al – Hijr ayat 88, sebagai berikut:

وَإِخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman”. Edukasi yang diteliti dilakukan pihak BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 menggunakan via WhatsApp dalam merespon ataupun menghubungi kepada nasabah terkait tabungan haji ataupun terkait tentang proses transaksi tersebut. “Selama proses tersebut ada beberapa nasabah yang tidak menanggapi atas metode edukasi akan tetapi, banyak nasabah yang menanggapi dan setiap ada penawaran selalu ikut adil di dalamnya” ucap Hendras selaku karyawan Tabungan Haji di BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1. Terlepas dari bagaimana respon terhadap edukasi ini tidak menutup nasabah dalam keputusan dalam memilih produk tabungan haji. Banyak nasabah yang positif terhadap edukasi berdasarkan data yang diberikan oleh Bank terhadap karyawan Tabungan Haji ketika ingin melakukan aktifitas Edukasi ini. Maka dari itu, karyawan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 dapat memanfaatkan data yang sudah ada dalam melakukan kegiatan edukasi terhadap keputusan nasabah. Seperti temuan penelitian yang dilakukan oleh Arufa Farisha Shalehatin yang berjudul “Pengaruh Direct Marketing terhadap Minat Anggota Menggunakan produk Tabah di KSPP Syariah BMT Nuansa Umat Cabang Saronggi Kabupaten Sumenep”, yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa jika variabel Edukasi memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah (Shalehatin, 2022).

3. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah

Setelah melakukan perhitungan antara variabel bebas Motivasi terhadap variabel terikat keputusan nasabah, maka menghasilkan hasil

analisis data dan pengujian hipotesis berdasarkan uji t yang diperoleh nilai *thitung* sebesar 5,568 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena nilai *thitung* > *ttabel* ($5,568 > 1,972$) dan dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah sehingga H3 diterima.

Motivasi Menurut (Hidayat et al., 2021) adalah interaksi antar individu yang saling bertatap muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Interaksi secara langsung memiliki peran yang besar dalam berkomunikasi karena karena dapat mengubah sikap dan keyakinan atas perasaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2021) menunjukkan bahwa terdapat tiga tujuan dari motivasi, yaitu: mengubah sikap dan keyakinan atau perasaan, memberikan informasi, dan menstimulasi agar pelanggan melakukan pembelian. Dikarenakan ini komunikasi dua arah dapat menyampaikan dengan secara kompleks mengenai suatu produk yang tidak disampaikan oleh iklan jadi, karyawan lebih leluasa dalam mengekspresikan maupun penyampaian agar dapat menjadi keputusan nasabah.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Kusniadji, 2017) menunjukkan bahwa metode motivasi dalam pelaksanaannya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, dan adapun pendekatan yang sekiranya bisa meminimalisir hal yang sia-sia jadinya, nasabah yang berminat dapat melakukan transaksi dalam pembiayaan tabungan haji di BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1. Karena motivasi dilakukan secara bertatap muka, maka karyawan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 harus memiliki strategi dalam menarik nasabah salah satunya adalah menyampaikan atau berkomunikasi dengan cara berlemah lembut. Allah SWT berfirman di surat Ali – Imran ayat 159 menyerukan kepada hamba-Nya untuk berlaku lemah lembut yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْوَلَبِ
لَآتَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitlilingmu." (QS. Ali – Imran: 159). Motivasi yang ditetapkan menurut BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 dalam hal motivasi berjalan dengan baik dikarenakan berdasarkan data penelitian yang saya lakukan terhadap salah satu pertanyaan yaitu tentang karyawan nasabah berlaku lemah lembut memiliki kesan yang positif terhadap perilaku karyawan nasabah yang memberikan pelayanan saat melakukan transaksi mendapatkan reaksi yang nyaman. Maka dari itu, karyawan BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 dapat memanfaatkan data yang sudah ada dalam melakukan kegiatan motivasi terhadap keputusan nasabah. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Iraningsih Ishak yang berjudul "Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Belopa)" yang menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah secara parsial maupun stimulan (Ishak, 2022).

4. Pengaruh Promosi, Edukasi dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah

Dari hasil perhitungan regresi linier berganda sebelumnya menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara stimulan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah (Y), dengan menggunakan perhitungan *fhitung* sebesar 60,888 sedangkan *ftabel* sebesar 2,15. Hal ini menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($60,888 > 2,15$) atau signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka secara keseluruhan variabel promosi, edukasi dan motivasi secara stimulan terhadap keputusan nasabah dapat diterima.

Promosi, Edukasi dan Motivasi yang diterapkan oleh pihak

BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1, semua indikator baik indikator promosi, edukasi dan motivasi telah diterapkan dengan baik, sehingga membuat nasabah yang memilih tabungan haji menjadi berminat sehingga para nasabah tersebut dapat merekomendasikan produk tabungan haji kepada keluarga, kerabat, maupun teman dekat. Hal itu juga menguntungkan pihak BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 karena mempunyai keputusan nasabah yang baik.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Advertising, Telemarketing, dan Personal Selling terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Kelapa Gading 1.

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Promosi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang diperoleh dengan signifikan Promosi sebesar 0,023 yang berarti nilai signifikansi Promosi lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar 0,207. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Variabel Edukasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang diperoleh dengan signifikan Edukasi sebesar 0,001 yang berarti nilai signifikansi Edukasi lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar 0,334. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Edukasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
3. Variabel Motivasi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang diperoleh dengan signifikan Motivasi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi Motivasi lebih kecil 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar 0,421. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Motivasi (X3) Berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

4. Variabel Promosi (X1), Edukasi (X2), dan Motivasi (X3) memiliki pengaruh secara stimulan terhadap keputusan nasabah (Y) melalui hasil perhitungan sebesar f_{hitung} sebesar 60,888 sedangkan f_{tabel} sebesar 2,15. Hal ini menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($60,888 > 2,15$) atau signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti secara keseluruhan variabel promosi, edukasi dan motivasi secara stimulan terhadap keputusan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas. Maka dapat ditemukan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan bisa menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran bagi pihak-pihak terkait dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1
 - a. BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 harus meningkatkan kembali Advertising dalam pemasaran produk tabungan haji kepada nasabah agar nasabah memiliki rasa ketertarikan lebih tinggi kepada perusahaan.
 - b. BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 harus lebih mempertahankan dan memberikan service yang baik dalam Edukasi pada tabungan haji agar nasabah mendapatkan keputusan atas ketertarikan pada produk tabungan haji. Sehingga nasabah dapat merekomendasikan produk tabungan haji kepada keluarga, teman, dan sahabat.
 - c. BSI KC Jakarta Kelapa Gading 1 harus mempertahankan dan meningkatkan lebih baik dalam proses pelayanan pada produk tabungan haji agar nasabah tetap memilih produk tabungan haji dan dapat merekomendasikan kepada keluarga, teman, dan sahabat. Sehingga hal itu membuat nasabah menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan khususnya pada produk di perusahaan.
2. Bagi Akademis, penelitian ini belum sempurna, dikarenakan variabel independen yang digunakan ini hanya Promosi, Edukasi, dan Motivasi.

3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambahkan variabel-variabel independen yang lebih kompleks agar dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Akhir, T., dan Lestari A. I. (2019). *Tabungan Haji (Studi Kasus Bri Syariah Kcp Kebumen) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(Iain) Purwokerto.*
- Annisa, L., dkk. (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*. 6 (02). Hal. 125-141.
- Ardiyah, W. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan haji terhadap keputusan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Demak. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*.
<https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10802>.
- Aulia Ur Rohmah. (2022). *ANALISIS PENGARUH KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG KENDAL SOETTA. 8.5.2017, 2003–2005.*
<https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17850>
- Azizah, dkk. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 63.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Diani. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI INDONESIA DI BANK BSI SYARIAH KC BANJARBARU. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI.*
<http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/19346>
- Ernitawati, Y., Izzati, N., & Yulianto, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Proaksi*, 7(2), 66–81. <https://doi.org/10.32534/jpk.v7i2.1273>

- Halim, Fajriyah Salsabila, Purnama Putra, & Isti Pujihastuti. (2023). Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi Fajriyah Salsabila Halim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 564–572.
- Fauziyyah, A. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Tabungan Haji BNI Syariah CabangDepok*.
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/45934/1/AFIFA_H_FAUZIYYAH-FDK.pdf
- Fega Lianda Putri. (2021). *ANALISIS FAKTOR SOSIALISASI DAN EDUKASI MASYARAKAT TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS MUAMALAT HARKAT SUKARAJA*.
- Fitriyani, F. (2020). ... *PRODUK PENGHIMPUNAN DANA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK BJB SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah Bank BJB Syariah KCP ...*
<http://repository.umj.ac.id/4790/%0Ahttp://repository.umj.ac.id/4790/1/SKRIPSI.pdf>
- Ichsan, I., & Ali, A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(2), 85–93.
<https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.48>
- Jabnabillah, F., & Reza Fahlevi, M. (2023). *Efektivitas Situs Web Pemerintah Sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika*. 06(1), 59–70.
- Mardiyanto, E. (2021). Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93–103. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i1.227>
- Mentari, N. M., Yohani, & Hudaya, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, MOTIVASI DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH PEKALONGAN. *Jurnal Neraca*, 18(1), 47–74.

- Muhammadiyah, M., & Banyumas, D. (2023). *Model Edukasi Perbankan Syariah Bagi Warga*. 24(1), 79–107.
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (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*, 3(2), 303–312.
- Prastiwi, D. (2022). Edukasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun Dalam Membangun Budaya Menabung Masyarakat Pedesaan. *IAIN Ponorogo*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/21189>
- Rahayu, S. M. (2022). *Pengaruh Motivasi Dan Kedisiplinan Karyawan BMT Terhadap Produktivitas Tabungan Umum Di BMT UGT Nusantara Capem Pesanggaran Banyuwangi*. [http://repository.library-iaida.ac.id/id/eprint/659/1/SKRIPSI_SENDI_MAHFIKA_RAHAYU %2818131110105 %29.pdf](http://repository.library-iaida.ac.id/id/eprint/659/1/SKRIPSI_SENDI_MAHFIKA_RAHAYU_%2818131110105_%29.pdf)
- Risqiani, F. A. (2021). *SYARIAH KCP NGAWI MASA PANDEMI COVID-19 Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)*.
- Saputri, A. E. (2020). *PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI DAN POSITIONING TERHADAP MOTIVASI MASYARAKAT KEDIRI MEMILIH PRODUK TABUNGAN FAEDAH DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDIRI*. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/11080/1/210816152 _AnaEkaSaputri.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/11080/1/210816152_AnaEkaSaputri.pdf)
- Sudarman, L., Jejen, L., & Husriah, H. (2022). Peran Religiuitas dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.6792>
- Supriani, Y., & Arifudin, O. (2020). *Upaya meningkatkan motivasi peserta didik dalam pembelajaran*. 1(1), 1–10.
- Syafitri, E. R., & Nuryono, W. (2020). Studi Kepustakaan Teori Konseling

“Dialectical Behavior Therapy.” *Jurnal BK Unesa*, 53–59. <https://core.ac.uk/download/pdf/287304825.pdf>.

Waroh, R. M. (2020). *Strategi Promosi Produk Tabungan Haji di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar*.



Isilah sejumlah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda silang (X) atau tanda checklist (√) pada kotak yang tersedia dengan memperhatikan bobot dan kategori sebagai berikut:

STS = Sangat tidak setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat setuju

Variabel Promosi (X1)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya brosur produk tabungan haji yang disediakan di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
2	Bank Syariah Indonesia (BSI) memasang spanduk bank di lokasi tertentu yg strategis				
3	Bank Syariah Indonesia (BSI) melakukan promosi melalui iklan televisi				
4	Karyawan BSI memberikan dorongan kepada anda untuk menggunakan produk tabungan haji				
5	Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan hadiah atau cinderamata dari untuk anda				
6	Bank Syariah Indonesia				

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
	(BSI) mengikuti pameran di pusat perbelanjaan				
7	Bank Syariah Indonesia (BSI) mengikuti kegiatan amal di lingkungan sekitar lokasi bank				
8	Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang ramah				

Variabel Edukasi (X2)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Saya mengetahui jenis dan ragam produk yang ditawarkan oleh bank Bank Syariah Indonesia (BSI)				
2	Saya mengetahui produk tabungan haji yang ditawarkan BSI				
3	Saya berminat menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
4	Saya mengetahui setiap penyaluran dana berdasarkan akad yang telah disepakati diawal perjanjian				

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
5	Saya mengetahui prosedur pembukaan rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
6	Saya mengetahui prosedur produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
7	Saya bersedia menggunakan produk tabungan haji sesuai dengan prosedur yang disepakati				
8	Mengetahui cara penggunaan ATM				
9	Saya mengetahui produk apa saja yang ada di Bank Syariah Indonesia				

Variabel Motivasi (X3)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Saya mencari produk tabungan haji di Bank				
2	Saya membutuhkan produk tabungan haji yang disediakan di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
3	Sya berminat				

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
	menggunakan produk tabungan haji yang disediakan di Bank Syariah Indonesia (BSI)				
4	Saya menggunakan produk tabungan haji tanpa dorongan dari siapapun				
5	Saya menggunakan tabungan haji atas keinginan saya sendiri				
6	Saya merasa cocok dengan prosedur produk tabungan haji yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia				
7	Mulai merencanakan menggunakan produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia untuk jangka panjang				

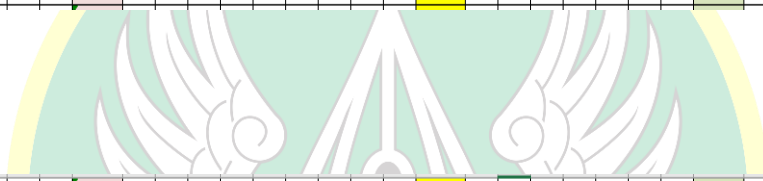
Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Keinginan ingin memiliki tabungan haji				
2	Kesadaran ingin memiliki tabungan haji				
3	Aktif mencari informasi tentang tabungan haji				

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
4	Memiliki pilihan produk tabungan haji di beberapa bank				
5	Pertimbangan memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia				
6	Memutuskan untuk mengambil tabungan haji di Bank Syariah Indonesia				
7	Merasa tepat memilikih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia				



48	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	4	4	3	4	3	3	25	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	5	4	3	4	4	32	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	4	4	4	3	4	3	3	25	4	3	4	4	4	4	4	27
50	4	3	4	2	5	4	4	5	31	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	3	3	3	2	3	3	3	20	5	4	2	5	3	3	4	26
51	4	3	4	4	3	5	4	4	31	4	4	4	3	3	3	3	3	2	29	5	4	4	4	4	4	29	3	3	2	2	2	3	2	17	
52	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	3	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	3	5	4	4	4	4	32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	4	4	4	4	25	
54	4	3	4	2	5	4	4	5	31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	3	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	4	4	4	4	25	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	4	4	4	2	4	4	4	26	5	4	2	5	3	3	4	26
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	3	5	3	4	4	3	5	3	35	4	5	4	4	4	4	29	3	5	3	4	4	4	4	27	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	28	
59	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	4	4	5	3	3	4	4	3	33	4	4	4	4	4	4	28	4	4	3	3	4	3	3	24	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	2	5	4	4	5	4	35	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	3	4	3	3	26	
61	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	3	4	4	3	5	4	4	4	35	4	4	4	2	2	2	23	4	4	4	3	4	4	4	27	
62	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	2	2	5	5	2	5	26	3	3	3	4	4	4	4	25	
63	4	3	3	3	3	4	4	4	28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	
64	4	4	4	4	5	4	5	5	35	3	3	4	4	4	4	5	5	4	36	5	4	4	4	2	5	28	5	5	4	4	4	4	4	30	
65	3	3	5	3	4	4	5	4	31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	5	5	5	35	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	5	4	5	4	2	37	4	4	4	2	4	4	26	5	4	2	5	5	5	4	30	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	4	5	4	4	4	4	29	5	5	5	4	5	4	4	32	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	28	
69	5	5	4	4	5	4	5	4	36	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	4	4	5	32	
70	4	4	3	4	4	4	5	5	33	4	4	5	4	4	4	4	5	38	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4	5	5	4	31		
71	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	5	4	4	29	
72	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	4	4	4	4	4	5	29	5	5	5	5	4	4	4	32	



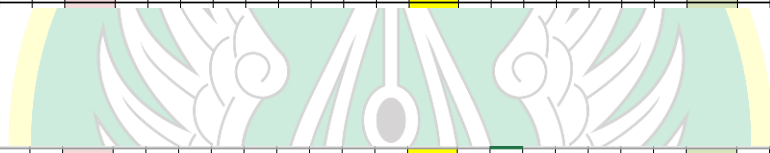
73	5	4	5	5	5	4	4	4	36	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	4	4	4	4	4	28	4	5	5	4	5	5	5	33
74	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38	4	4	4	4	2	2	25	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	3	4	4	4	4	4	3	30	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	4	4	4	31
77	4	4	5	3	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4	5	4	4	30
78	4	4	4	4	4	4	4	3	31	5	4	5	4	4	4	4	5	39	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	4	5	5	4	31	
79	5	5	4	4	5	4	5	4	36	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41	4	2	4	4	2	4	25	4	5	5	5	5	5	34	
80	4	4	3	4	4	4	5	5	33	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	3	4	2	5	4	4	5	31	3	5	5	3	4	4	4	4	3	35	3	3	3	3	3	5	23	4	4	3	4	4	4	4	27
82	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	3	3	3	2	3	3	22	5	4	2	5	3	3	4	26
83	4	3	3	3	4	4	3	3	27	3	3	5	3	4	4	3	5	5	35	4	5	3	3	4	4	28	3	5	5	4	3	4	4	28
84	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	28
85	5	5	4	4	4	4	3	3	32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	4	4	4	4	25
86	3	3	3	3	3	4	3	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	3	4	3	4	5	26	4	4	3	4	3	4	4	26
87	4	4	3	4	3	4	5	4	31	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	5	5	5	5	5	35	4	4	3	4	3	3	4	25	
88	3	3	5	3	4	4	3	5	30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	3	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	4	4	3	4	3	27	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	4	4	4	3	4	3	27	4	3	4	4	4	4	4	27
91	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	5	4	2	5	3	3	4	4	34	3	3	2	2	3	3	19	3	5	4	4	4	3	4	27
92	3	3	4	4	4	4	3	3	28	4	3	5	5	4	3	4	4	4	36	4	3	4	4	4	4	27	4	4	3	3	3	4	4	25
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	28
94	3	4	4	4	4	4	4	3	30	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	5	3	3	3	3	23	4	4	3	3	4	4	4	26	
95	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	5	4	3	3	3	4	26	3	3	3	3	3	3	3	21
96	4	2	5	3	3	4	3	4	28	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32	2	3	4	4	4	4	25	3	4	5	4	2	5	3	26
97	5	5	4	3	4	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	3	4	3	25	4	4	3	5	5	4	3	28

98	4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37	5	3	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	4	28
99	4	3	3	4	3	3	3	3	26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34	5	4	5	5	4	4	4	31	4	3	4	4	3	3	4	25
100	5	4	3	4	5	5	5	3	34	4	5	4	2	5	3	3	4	3	33	5	3	2	2	3	3	3	21	5	4	4	5	4	3	4	29	
101	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	2	2	2	3	2	3	23	4	4	4	4	4	4	4	28	3	5	4	4	4	3	4	27	
102	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	28	
103	4	3	3	4	3	3	3	3	26	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	5	3	3	3	3	3	3	23	4	4	4	4	3	3	4	26	
104	5	4	3	4	5	5	5	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	5	4	4	4	4	4	4	29	5	4	4	5	4	3	4	29	
105	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	5	3	3	3	3	3	3	23	3	4	4	4	3	4	26		
106	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	2	5	3	3	4	3	33	4	4	2	2	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	4	28	
107	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	3	5	3	4	4	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	
109	3	3	3	4	4	4	3	3	27	3	4	4	3	3	4	3	3	3	30	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	3	3	3	4	25	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	3	4	3	3	5	35	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	4	4	4	4	28	
111	4	4	4	4	3	4	4	3	30	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36	5	2	2	4	5	2	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	
112	4	4	4	4	4	3	3	3	29	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32	4	4	2	2	5	5	4	26	4	4	3	4	4	4	4	27	
113	4	4	4	4	3	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	5	29	3	4	4	4	4	4	4	27	
114	5	3	5	4	4	4	4	3	32	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	2	5	4	4	27	5	4	5	5	3	5	4	31	
115	4	4	3	3	3	3	4	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	5	4	4	3	3	27	
116	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	2	5	5	5	4	5	39	4	4	2	2	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	4	28	
117	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	5	5	5	4	5	4	4	5	41	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	
118	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28	
119	4	5	4	4	4	4	3	3	31	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42	2	4	4	4	5	4	4	27	5	4	5	4	5	4	4	31	
120	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	5	4	4	4	30	
121	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	2	4	4	4	5	4	5	28	4	4	4	4	5	4	4	29	
122	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41	5	4	4	4	5	5	5	32	4	4	5	5	4	4	4	30	



123	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	5	5	4	5	5	5	4	41	4	4	4	4	5	5	5	31	5	4	4	4	4	4	4	29	
124	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	4	4	5	5	5	29	4	4	3	4	4	4	4	27
125	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	4	4	5	5	5	29	4	4	3	4	4	4	3	26
126	3	3	4	3	3	3	4	3	26	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	3	3	4	3	25
127	4	4	3	4	4	4	4	3	30	4	4	4	5	4	5	4	4	5	39	4	4	4	4	5	4	4	29	3	4	4	4	4	3	4	26
128	3	4	4	5	4	4	3	3	30	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40	2	4	4	4	4	4	4	26	4	4	4	3	4	4	5	28
129	4	5	4	4	4	4	3	3	31	5	4	5	5	5	5	5	4	43	4	4	4	2	5	5	2	26	5	4	5	4	5	4	4	31	
130	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	4	4	5	5	5	29	4	4	5	5	4	4	4	30
131	5	4	3	4	5	5	5	3	34	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34	3	3	3	3	3	3	3	21	5	4	4	5	4	3	4	29
132	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	5	4	2	5	3	3	4	4	34	3	3	2	2	3	3	3	19	3	4	4	4	4	3	4	26
133	3	3	4	4	4	4	3	3	28	4	3	5	5	4	3	4	4	4	36	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	3	3	3	4	4	25
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	28
135	3	4	4	4	4	4	4	3	30	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	3	4	4	4	26
136	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	3	4	3	3	3	4	4	24	3	4	3	3	3	3	3	22
137	4	2	5	3	3	4	3	4	28	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32	2	3	4	4	4	4	4	25	3	4	5	4	2	5	3	26
138	5	5	4	3	4	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	3	4	4	3	25	4	4	3	5	5	4	3	28
139	4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	3	3	4	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	4	28	
140	4	3	3	4	3	3	3	3	26	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34	4	4	5	5	4	4	4	30	4	4	4	4	3	3	4	26
141	3	4	3	4	5	4	2	5	30	3	2	3	3	3	3	2	2	24	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	4	4	4	4	4	27	
142	5	3	4	4	3	5	5	4	33	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	4	4	3	3	25
143	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	3	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
144	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	4	3	27
145	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	4	4	3	5	4	3	3	33	4	3	4	4	3	4	4	26	3	3	3	3	3	3	3	21
146	3	4	4	4	4	4	3	4	30	5	5	5	5	2	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	28	2	5	3	3	4	3	4	24	
147	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	3	4	3	4	3	31	3	4	3	4	4	3	4	25	5	4	3	4	4	3	4	27

148	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	3	4	3	3	5	3	4	4	33	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	3	4	27
149	4	3	4	4	4	3	4	4	30	4	3	4	3	3	5	4	5	5	36	4	4	3	4	4	3	4	26	3	3	4	3	3	3	22	
150	3	4	3	4	5	4	2	5	30	3	2	3	3	3	5	3	2	2	26	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	4	5	5	3	29	
151	4	3	3	3	3	3	2	2	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	4	4	27	
152	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	4	27
153	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29	3	4	3	3	4	3	3	23	3	3	4	3	3	3	22	
154	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	3	5	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	5	5	3	29	
155	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29	3	4	3	3	4	3	3	23	4	3	4	4	4	4	27	
156	3	4	3	4	5	4	2	5	30	4	2	4	4	4	4	4	2	2	30	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	28	
157	5	3	4	4	3	5	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	27	
158	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	28	
159	4	5	3	3	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	35	3	3	4	4	4	3	24	
160	4	2	5	4	4	5	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	5	5	4	5	5	33	4	4	4	4	4	4	28	
161	4	4	3	5	4	4	4	3	31	4	2	2	2	5	5	2	2	4	28	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	3	4	4	26	
162	3	3	4	4	3	3	3	4	27	5	5	2	5	5	4	4	2	2	34	4	2	5	5	2	5	5	28	4	4	4	4	3	3	25	
163	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	5	4	4	5	4	31	4	4	4	3	4	3	25	
164	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	2	5	4	4	4	2	33	4	5	5	5	5	5	5	34	3	5	4	4	4	3	27	
165	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	3	3	3	4	24	
166	5	4	5	4	5	4	2	5	34	4	2	4	4	4	4	4	2	2	30	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	28	
167	5	5	4	4	5	5	5	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	27	
168	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	28	
169	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34	4	5	4	5	5	4	5	32	5	4	4	4	4	3	27	
170	5	4	4	4	4	4	5	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	28	
171	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	4	4	29	
172	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	5	4	5	5	4	5	5	33	4	4	4	4	4	4	28	



173	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	5	29
174	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	5	2	4	4	4	35	5	2	5	5	2	5	5	29	4	4	4	4	4	3	26
175	5	4	5	4	4	4	4	4	34	4	4	2	2	5	2	4	4	4	31	5	2	5	5	2	5	5	29	4	4	3	4	4	4	27
176	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	4	5	5	4	5	5	33	3	4	3	3	3	4	23
177	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	4	4	5	4	4	30	4	3	4	4	4	3	26
178	5	4	4	4	4	4	5	4	34	5	5	5	5	5	2	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4	4	3	27
179	4	5	4	5	4	5	5	5	37	4	4	2	4	5	4	4	4	2	33	2	5	5	2	5	5	2	26	5	4	4	4	4	3	27
180	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	5	2	4	4	4	35	5	2	5	5	2	5	5	29	4	4	4	4	4	4	28
181	5	3	4	4	4	4	3	4	31	3	3	3	3	5	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	4	5	5	3	29
182	3	4	3	4	5	4	2	5	30	3	2	3	3	5	3	3	2	2	26	3	3	3	3	3	3	3	21	4	3	4	4	4	4	27
183	5	3	4	4	3	5	5	4	33	3	3	4	4	5	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	4	4	3	25
184	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	5	3	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	28
185	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	3	27
186	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	3	4	4	5	3	4	3	3	33	4	3	4	4	3	4	4	26	3	3	3	3	3	3	21
187	3	4	4	4	4	4	3	4	30	5	5	5	5	5	2	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	28	2	5	3	3	4	3	24
188	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	5	4	3	4	3	33	3	4	3	4	4	3	4	25	5	4	3	4	4	3	27
189	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	3	4	3	5	3	3	4	4	33	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	3	27
190	4	3	4	4	4	3	4	4	30	4	3	4	3	5	4	4	5	5	37	4	4	3	4	4	3	4	26	3	3	4	3	3	3	22
191	5	5	4	4	3	3	3	5	32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	28
192	3	3	3	3	3	3	3	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	4	4	4	4	26
193	3	3	4	3	4	4	3	5	29	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	3	4	3	25
194	5	5	5	5	5	5	2	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	3	4	3	3	23	4	3	4	3	4	3	24
195	4	4	3	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	28
196	4	4	4	3	4	3	3	5	30	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	28
197	4	4	4	3	4	3	3	5	30	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	3	4	3	4	4	3	4	25	3	4	4	4	4	3	26

198	3	3	3	2	3	3	3	5	25	4	4	4	3	3	3	3	3	2	29	3	4	3	3	4	3	3	23	4	2	5	3	3	4	3	24
199	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	3	4	4	3	4	26	3	2	2	2	3	2	3	17
200	5	5	4	4	3	3	3	3	30	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	3	27
201	3	3	3	3	3	3	3	5	26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	4	4	4	4	4	26
202	5	5	4	4	3	3	3	5	32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	3	27
203	3	3	3	3	3	3	3	5	26	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	3	4	3	3	4	3	3	23	3	3	4	4	4	4	4	26
204	4	4	4	2	4	4	4	4	30	5	3	5	3	4	4	3	5	3	35	4	4	4	4	4	4	4	28	4	2	5	3	3	4	3	24
205	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	3	4	3	3	4	3	3	23	5	3	4	4	4	4	3	27
206	5	5	4	4	4	4	4	4	34	3	4	4	5	3	3	4	4	3	33	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	3	27
207	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	2	5	4	4	5	4	35	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	3	4	3	3	3	23
208	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	5	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	3	4	3	3	5	27
209	4	4	4	2	2	2	5	5	28	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	3	4	4	4	4	27
210	2	2	5	5	2	5	5	4	30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	5	4	5	5	4	5	5	33	3	3	4	4	4	4	3	25
211	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	4	4	5	5	4	36	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	4	28
212	5	4	4	4	4	2	5	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	2	5	5	2	5	5	28	5	4	4	4	4	4	4	29
213	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	5	4	5	4	2	37	5	4	5	4	4	5	4	31	5	5	5	5	5	5	5	35
214	4	4	4	2	4	4	4	4	30	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	4	5	5	5	5	5	5	34	4	2	5	5	5	4	5	30
215	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	4	4	5	32
216	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	5	29
217	4	4	4	4	4	4	4	2	30	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	4	4	4	5	5	32
218	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	5	5	4	5	32
219	4	4	4	4	4	4	4	2	30	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	4	5	4	5	5	4	5	32	4	4	4	5	4	4	4	29
220	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	4	4	5	32
221	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	5	5	4	33
222	4	4	4	4	4	4	5	2	31	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38	5	4	5	5	4	5	5	33	4	4	4	4	4	4	4	28



223	4	4	4	4	2	2	5	2	27	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	4	28
224	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	2	5	5	2	5	5	29	5	5	4	4	4	4	4	30
225	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39	5	2	5	5	2	5	5	29	4	5	4	5	4	4	5	31
226	5	5	5	5	5	5	5	2	37	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41	5	4	5	5	4	5	5	33	4	5	4	5	5	4	5	32
227	4	2	4	4	2	4	5	4	29	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	4	5	4	4	5	4	4	30	5	5	5	5	5	4	4	34
228	4	4	4	4	4	4	5	2	31	3	5	5	3	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
229	3	3	3	3	3	3	5	3	26	4	4	3	4	3	4	5	4	2	33	2	5	5	2	5	5	2	26	4	3	4	4	4	4	3	26
230	3	3	3	2	3	3	5	3	25	3	3	5	3	4	4	3	5	5	35	5	2	5	5	2	5	5	29	4	2	5	3	3	4	4	25
231	4	5	3	3	4	4	5	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	3	3	3	3	3	3	3	21	5	5	4	3	4	4	4	29
232	5	5	4	4	3	3	5	3	32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	4	28
233	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	4	4	4	4	4	26
234	3	3	4	3	4	4	5	3	29	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	3	4	4	3	25
235	5	5	5	5	5	5	5	2	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	3	4	3	3	23	4	3	4	3	3	4	3	24
236	4	4	3	3	4	4	5	4	31	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	28
237	4	4	4	3	4	3	5	3	30	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	28
Total	955	903	906	911	917	923	924	919		943	954	944	913	952	941	912	943	901		937	916	919	898	915	921	963		944	928	910	930	911	904	914	

Total X2	MOTIVASI (X3)							Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
34	3	4	4	3	3	3	4	24
37	5	4	4	3	4	4	4	28
45	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	4	4	4	4	4	5	30
40	5	4	3	4	4	3	4	27
38	4	4	4	3	3	4	4	26
39	4	4	4	4	3	4	4	27
40	4	5	4	4	5	4	4	30
37	5	5	4	3	3	4	5	29
37	4	4	5	4	4	5	5	31
34	4	4	3	4	4	3	4	26
32	3	3	4	3	3	4	4	24
42	4	4	1	4	4	5	5	27
36	4	5	5	5	4	3	4	30
42	4	5	4	3	4	4	4	28
41	5	4	4	5	4	4	4	30
38	2	3	3	3	3	3	4	21
41	5	4	4	4	4	4	4	29
41	5	5	4	4	4	4	4	30
27	3	2	2	3	3	3	3	19
26	4	3	3	3	3	3	3	22
30	4	4	3	3	3	3	4	24
35	4	4	4	4	3	3	3	25
39	4	4	5	5	5	5	4	32
35	4	4	3	3	3	3	4	24
35	3	3	3	3	4	3	2	21
45	4	5	4	5	4	3	5	30
30	4	3	3	3	4	3	4	24
35	3	4	3	4	3	3	4	24
37	4	4	4	5	4	3	4	28
45	4	4	5	4	4	5	4	30
44	3	4	4	3	4	4	4	26
26	3	4	4	2	3	2	4	22
39	5	4	4	3	2	2	4	24
25	3	2	3	3	2	2	4	19
36	5	4	4	4	3	3	5	28
37	5	4	4	4	4	3	4	28
39	3	4	4	4	3	3	4	25
38	5	4	4	3	3	3	4	26

35	3	3	3	3	3	3	5	23
33	3	3	3	2	3	3	5	22
35	4	5	3	3	4	4	5	28
37	5	5	4	4	3	3	5	29
29	3	3	3	3	3	3	3	21
35	3	3	4	3	4	4	5	26
33	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	4	3	3	4	4	5	27
38	4	4	4	3	4	3	5	27
34	4	4	4	3	4	3	5	27
34	3	3	2	2	3	3	3	19
36	4	3	4	4	4	4	4	27
36	5	4	4	4	4	4	4	29
32	5	3	3	3	3	3	3	23
33	5	4	3	3	3	4	4	26
32	2	3	4	4	4	4	4	25
36	4	3	4	3	4	4	3	25
37	5	3	4	4	4	4	3	27
34	5	4	5	5	4	4	4	31
33	5	3	2	2	3	3	3	21
23	4	4	4	4	4	4	4	28
35	3	4	4	4	4	4	4	27
32	5	3	3	3	3	3	3	23
35	5	4	4	4	4	4	4	29
32	5	3	3	3	3	3	3	23
33	4	4	2	2	5	5	5	27
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	4	4	5	5	5	31
35	4	4	4	4	5	5	5	31
36	5	2	2	4	5	2	5	25
32	4	4	2	2	5	5	4	26
36	4	4	4	4	4	4	5	29
38	4	4	4	2	5	4	4	27
45	4	4	4	4	5	5	5	31
39	4	4	2	2	5	5	5	27
41	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
42	2	4	4	4	5	4	4	27
40	4	4	4	4	4	4	4	28
37	2	4	4	4	5	4	5	28

41	5	4	4	4	5	5	5	32
41	4	4	4	4	5	5	5	31
36	2	4	4	4	5	5	5	29
36	2	4	4	4	5	5	5	29
40	4	4	4	4	5	5	5	31
39	4	4	4	4	5	4	4	29
40	2	4	4	4	4	4	4	26
43	4	4	4	2	5	5	2	26
36	2	4	4	4	5	5	5	29
34	3	3	3	3	3	3	3	21
34	3	3	2	2	3	3	3	19
36	4	3	4	4	4	4	4	27
36	3	4	4	4	4	4	4	27
32	3	3	3	3	3	3	3	21
33	3	4	3	3	3	4	4	24
32	2	3	4	4	4	4	4	25
36	4	3	4	3	4	4	3	25
37	3	3	4	4	4	4	3	25
34	4	4	5	5	4	4	4	30
24	3	3	3	3	3	3	3	21
32	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	4	3	3	4	3	3	23
33	4	3	4	4	3	4	4	26
38	4	4	4	4	4	4	4	28
31	3	4	3	4	4	3	4	25
33	3	3	3	3	4	3	3	23
36	4	4	3	4	4	3	4	26
26	3	3	3	3	3	3	3	21
36	4	4	4	4	4	4	4	28
32	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	4	3	3	4	3	3	23
34	4	4	4	4	4	4	4	28
29	3	4	3	3	4	3	3	23
30	5	5	5	5	5	5	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
36	5	5	5	5	5	5	5	35
36	5	4	5	5	4	5	5	33
28	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	2	5	5	2	5	5	28

36	5	4	5	4	4	5	4	31
33	4	5	5	5	5	5	5	34
36	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	5	4	5	5	4	5	32
36	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	4	5	5	4	5	5	33
36	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	2	5	5	2	5	5	29
31	5	2	5	5	2	5	5	29
36	5	4	5	5	4	5	5	33
36	4	5	4	4	5	4	4	30
39	4	4	4	4	4	4	4	28
33	2	5	5	2	5	5	2	26
35	5	2	5	5	2	5	5	29
29	3	3	3	3	3	3	3	21
26	3	3	3	3	3	3	3	21
34	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	4	4	4	4	4	4	28
27	3	4	3	3	4	3	3	23
33	4	3	4	4	3	4	4	26
38	4	4	4	4	4	4	4	28
33	3	4	3	4	4	3	4	25
33	3	3	3	3	4	3	3	23
37	4	4	3	4	4	3	4	26
29	3	3	3	3	3	3	3	21
35	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
35	3	4	3	3	4	3	3	23
38	4	3	4	4	3	4	4	26
34	4	4	4	4	4	4	4	28
33	3	4	3	4	4	3	4	25
29	3	4	3	3	4	3	3	23
37	4	4	3	4	4	3	4	26
29	3	3	3	3	3	3	3	21
37	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	4	4	4	28
33	3	4	3	3	4	3	3	23

35	4	4	4	4	4	4	4	28
37	3	4	3	3	4	3	3	23
33	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	4	4	28
30	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	4	5	5	4	5	5	33
36	5	5	5	5	5	5	5	35
45	4	2	5	5	2	5	5	28
37	5	4	5	4	4	5	4	31
43	4	5	5	5	5	5	5	34
37	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	5	5	5	5	5	5	35
38	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	5	4	5	5	4	5	32
41	4	4	4	4	4	4	4	28
38	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	4	5	5	4	5	5	33
43	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	2	5	5	2	5	5	29
39	5	2	5	5	2	5	5	29
41	5	4	5	5	4	5	5	33
38	4	5	4	4	5	4	4	30
35	4	4	4	4	4	4	4	28
33	2	5	5	2	5	5	2	26
35	5	2	5	5	2	5	5	29
37	3	3	3	3	3	3	3	21
29	3	3	3	3	3	3	3	21
35	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
35	3	4	3	3	4	3	3	23
38	4	3	4	4	3	4	4	26
34	4	4	4	4	4	4	4	28
	937	920	919	898	915	921	963	
	0.61599	0.60086	0.77322	0.7788	0.5971	0.76	0.69768	

KEPUTUSAN (Y)							Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
3	5	4	5	5	3	5	30
5	4	4	3	3	4	5	28
5	5	3	3	4	5	5	30
5	4	3	4	3	4	5	28
5	4	3	4	4	3	2	25
4	4	3	3	3	5	2	24
4	4	3	3	3	5	4	26
4	5	4	4	5	4	4	30
5	5	4	3	3	4	5	29
4	4	5	4	4	5	5	31
4	4	3	4	4	5	4	28
3	3	4	3	3	4	4	24
4	5	1	4	4	5	5	28
4	5	5	5	5	5	4	33
4	5	2	3	4	4	4	26
5	4	3	5	4	5	4	30
2	3	4	3	3	5	4	24
5	4	5	4	3	4	4	29
5	5	3	3	3	3	3	25
3	2	2	5	4	5	3	24
4	3	3	5	3	4	3	25
4	4	4	5	2	4	4	27
4	4	5	5	2	3	5	28
4	4	5	3	2	5	4	27
4	4	2	5	5	3	4	27
5	4	2	5	4	3	2	25
4	5	4	3	2	3	5	26
4	3	3	2	4	5	4	25
3	4	3	2	5	5	4	26
4	3	5	4	4	3	4	27
4	4	5	5	3	3	4	28
2	4	5	3	2	4	4	24
3	4	2	5	3	2	4	23
5	4	3	3	5	2	4	26
3	2	3	4	5	2	4	23
5	4	4	2	3	3	5	26
5	4	4	2	4	2	4	25
3	4	4	4	3	2	4	24
5	4	4	3	3	2	4	25

4	4	3	4	4	4	4	27
5	4	2	5	3	3	4	26
3	5	5	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	4	4	4	4	25
4	4	3	4	3	4	4	26
4	4	3	4	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	4	27
3	5	4	4	4	3	4	27
4	4	3	3	3	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	5	4	2	5	3	26
4	4	3	5	5	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	3	3	4	25
5	4	4	5	4	3	4	29
3	5	4	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	26
5	4	4	5	4	3	4	29
3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	4	4	27
5	4	5	5	3	5	4	31
4	4	5	4	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	5	5	4	4	4	30
4	4	4	4	5	4	4	29

4	4	5	5	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	3	4	4	4	3	26
4	4	4	3	3	4	3	25
3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	3	4	4	5	28
5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	5	5	4	4	4	30
5	4	4	5	4	3	4	29
3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	3	3	3	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	4	4	26
3	4	3	3	3	3	3	22
3	4	5	4	2	5	3	26
4	4	3	5	5	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	26
4	3	4	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	3	3	3	3	3	21
2	5	3	3	4	3	4	24
5	4	3	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	3	4	27
3	3	4	3	3	3	3	22
4	3	4	5	5	5	3	29
4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	4	4	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	4	3	26
4	4	4	4	3	3	3	25

4	4	4	3	4	3	3	25
3	5	4	4	4	4	3	27
4	3	3	3	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	3	3	26
4	4	3	4	4	4	4	27
3	4	3	3	3	4	3	23
4	3	4	4	4	4	3	26
4	4	5	4	4	3	3	27
5	4	4	4	4	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	5	5	5	3	29
4	3	4	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	3	3	3	3	3	21
2	5	3	3	4	3	4	24
5	4	3	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	3	4	27
3	3	4	3	3	3	3	22
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	4	4	4	4	26
4	3	4	3	4	4	3	25
4	3	4	3	3	4	3	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	3	26
4	2	5	3	3	4	3	24
3	2	2	2	3	2	3	17
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	4	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	4	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	3	27
3	3	4	4	4	4	4	26

4	2	5	3	3	4	3	24
5	3	4	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	3	27
4	3	3	4	3	3	3	23
5	4	3	4	3	3	5	27
4	4	3	4	4	4	4	27
3	3	4	4	4	4	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	35
4	2	5	5	5	4	5	30
5	5	4	5	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	4	4	4	5	5	32
4	5	4	5	5	4	5	32
4	4	4	5	4	4	4	29
5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	4	5	5	5	4	33
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	4	30
4	5	4	5	4	4	5	31
4	5	4	5	5	4	5	32
5	5	5	5	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	3	26
4	2	5	3	3	4	4	25
5	5	4	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	4	4	4	4	4	26
4	3	4	3	4	4	3	25
4	3	4	3	3	4	3	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
944	928	910	930	911	904	914	
0.5348812	0.581479	0.504086	0.576229	0.58381	0.52079	0.58398	

Lampiran 3 : Hasil Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas X1

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,478**	,334**	,279**	,326**	,288**	,371**	,008	,674**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,899	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.2	Pearson Correlation	,478**	1	,296**	,240**	,384**	,221**	,207**	,046	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,001	,482	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.3	Pearson Correlation	,334**	,296**	1	,195**	,251**	,337**	,227**	,067	,583**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,003	,000	,000	,000	,305	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.4	Pearson Correlation	,279**	,240**	,195**	1	,252**	,303**	,187**	-,094	,537**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003		,000	,000	,004	,147	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.5	Pearson Correlation	,326**	,384**	,251**	,252**	1	,428**	,164*	,137*	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,012	,035	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.6	Pearson Correlation	,288**	,221**	,337**	,303**	,428**	1	,289**	,017	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,799	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.7	Pearson Correlation	,371**	,207**	,227**	,187**	,164*	,289**	1	-,039	,551**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,004	,012	,000		,548	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.8	Pearson Correlation	,008	,046	,067	-,094	,137*	,017	-,039	1	,248**
	Sig. (2-tailed)	,899	,482	,305	,147	,035	,799	,548		,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
Total_X1	Pearson Correlation	,674**	,639**	,583**	,537**	,639**	,641**	,551**	,248**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,732	9

Hasil Uji Validitas X2

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,478**	,334**	,279**	,326**	,288**	,371**	,008	,674**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,899	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.2	Pearson Correlation	,478**	1	,296**	,240**	,384**	,221**	,207**	,046	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,001	,482	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.3	Pearson Correlation	,334**	,296**	1	,195**	,251**	,337**	,227**	,067	,583**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,003	,000	,000	,000	,305	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.4	Pearson Correlation	,279**	,240**	,195**	1	,252**	,303**	,187**	-,094	,537**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003		,000	,000	,004	,147	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.5	Pearson Correlation	,326**	,384**	,251**	,252**	1	,428**	,164*	,137*	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,012	,035	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.6	Pearson Correlation	,288**	,221**	,337**	,303**	,428**	1	,289**	,017	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,799	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.7	Pearson Correlation	,371**	,207**	,227**	,187**	,164*	,289**	1	-,039	,551**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,004	,012	,000		,548	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X1.8	Pearson Correlation	,008	,046	,067	-,094	,137*	,017	-,039	1	,248**
	Sig. (2-tailed)	,899	,482	,305	,147	,035	,799	,548		,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
Total_X1	Pearson Correlation	,674**	,639**	,583**	,537**	,639**	,641**	,551**	,248**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	11

Hasil Uji Validitas X3

		Correlations								
		X1.1	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total_X3
X1.1	Pearson Correlation	1	,166*	,060	,113	,085	,059	,098	,094	,140*
	Sig. (2-tailed)		,011	,354	,084	,194	,367	,134	,151	,031
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.1	Pearson Correlation	,166*	1	,279**	,411**	,467**	,088	,299**	,403**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,011		,000	,000	,000	,178	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.2	Pearson Correlation	,060	,279**	1	,306**	,238**	,666**	,242**	,199**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,354	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.3	Pearson Correlation	,113	,411**	,306**	1	,691**	,224**	,630**	,470**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,084	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.4	Pearson Correlation	,085	,467**	,238**	,691**	1	,233**	,516**	,592**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,194	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.5	Pearson Correlation	,059	,088	,666**	,224**	,233**	1	,471**	,213**	,597**
	Sig. (2-tailed)	,367	,178	,000	,001	,000		,000	,001	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.6	Pearson Correlation	,098	,299**	,242**	,630**	,516**	,471**	1	,499**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,134	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.7	Pearson Correlation	,094	,403**	,199**	,470**	,592**	,213**	,499**	1	,698**
	Sig. (2-tailed)	,151	,000	,002	,000	,000	,001	,000		,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
Total_X3	Pearson Correlation	,140*	,616**	,601**	,773**	,779**	,597**	,760**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,031	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	9

Uji Validitas Y

		Correlations								
		X1.1	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total_X3
X1.1	Pearson Correlation	1	,166*	,060	,113	,085	,059	,098	,094	,140*
	Sig. (2-tailed)		,011	,354	,084	,194	,367	,134	,151	,031
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.1	Pearson Correlation	,166*	1	,279**	,411**	,467**	,088	,299**	,403**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,011		,000	,000	,000	,178	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.2	Pearson Correlation	,060	,279**	1	,306**	,238**	,666**	,242**	,199**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,354	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.3	Pearson Correlation	,113	,411**	,306**	1	,691**	,224**	,630**	,470**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,084	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.4	Pearson Correlation	,085	,467**	,238**	,691**	1	,233**	,516**	,592**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,194	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.5	Pearson Correlation	,059	,088	,666**	,224**	,233**	1	,471**	,213**	,597**
	Sig. (2-tailed)	,367	,178	,000	,001	,000		,000	,001	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.6	Pearson Correlation	,098	,299**	,242**	,630**	,516**	,471**	1	,499**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,134	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
X3.7	Pearson Correlation	,094	,403**	,199**	,470**	,592**	,213**	,499**	1	,698**
	Sig. (2-tailed)	,151	,000	,002	,000	,000	,001	,000		,000
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237
Total_X3	Pearson Correlation	,140*	,616**	,601**	,773**	,779**	,597**	,760**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,031	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	237	237	237	237	237	237	237	237	237

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	9

Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
Rencanakan Hajjimu Sejak Dini

- Lebih Personal**
Tabungan haji atas nama anak
- Dapat Didaftarkan Porsi Haji**
Pada usia 12 tahun
- Online dengan SSKOHAT**
Kementerian Agama
- Fasilitas Notifikasi Saldo**
Saat mencukupi syarat daftar porsi haji
- Bebas Biaya Administrasi**
Bulanan

www.bankbsi.co.id
 Bank Syariah Indonesia Call 14040

BSI BANK SYARIAH INDONESIA | *Tafsis*

BSI Tabungan Haji Indonesia
Program Labbaik Special Gift
 Top up BSI Tabungan Haji Indonesia dan dapatkan gimmick menarik

Top Up Minimal Rp 5-10 Juta
 Mendapatkan Sajaadah

Top Up Rp 10 Juta
 Mendapatkan Mukuena

*Syarat dan ketentuan berlaku
 www.bankbsi.co.id
 Bank Syariah Indonesia Call 14040

Tabungan Haji & Haji Muda Indonesia

Fitur	Tabungan Haji & Tabungan Haji Muda Indonesia (IDR & USD)	
Akad	Mudharabah Muthlaqah	Mudharabah Muthlaqah
Peruntukkan	Perorangan	Perorangan
Mata Uang	IDR	USD
Nisbah untuk Nasabah	4%	3%
Setoran Awal Minimum	Rp100.000,-	USD 50
Saldo Minimum	Rp100.000,-	USD 5
Minimum Setoran Berikutnya	Rp10.000,- (Via Teller); Rp1 (Via E-Channel)	USD 5
Biaya Administrasi	Tidak ada	Tidak ada
Jumlah saldo yang didaftarkan ke siskohat	Rp.25.000.000* *sesuai ketentuan Kemenag	Rp.25.000.000* *sesuai ketentuan Kemenag
Biaya Penutupan Rekening	1) Penutupan setelah penyetoran BPIH/pembayaran umrah tidak dikenakan biaya. 2) Penutupan belum melakukan penyetoran BPIH/pembayaran umrah dikenakan biaya sebesar Rp20.000,-	USD 5
Biaya Penggantian Buku Tab karena hilang/rusak	Rp5.000,-	Rp5.000,-
Penarikan	Nasabah tidak diperbolehkan melakukan penarikan saldo kecuali dalam keadaan darurat misalnya nasabah mendapatkan musibah atau kemalangan	Nasabah tidak diperbolehkan melakukan penarikan saldo kecuali dalam keadaan darurat misalnya nasabah mendapatkan musibah atau kemalangan
Fitur E-Channel	<ul style="list-style-type: none"> Sebelum nasabah melakukan setoran awal haji : Mobile Banking dan Internet Banking (Inquiry Only) hanya bisa digunakan untuk pembayaran haji dan umroh Setelah nasabah melakukan setoran awal haji : Dilengkapi fasilitas ATM dan E-Channel yang dapat digunakan untuk semua jenis transaksi 	

Tabungan Haji Indonesia

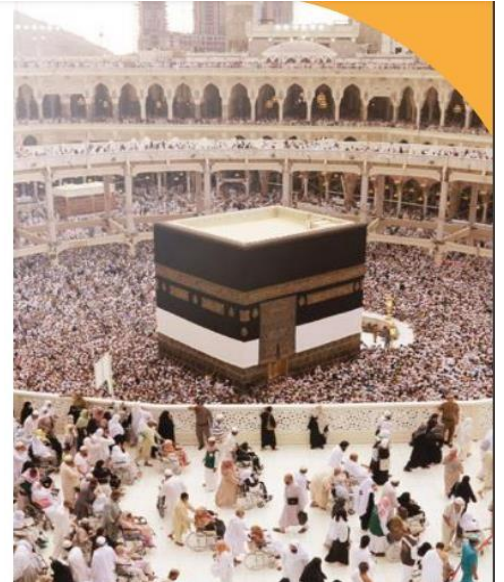
Wujudkan Niat Suci Anda Ke Baitullah

Tabungan Rupiah untuk perencanaan ibadah haji dan umrah.

- ✓ **GRATIS** biaya administrasi bulanan
- ✓ Fasilitas notifikasi saat saldo cukup didaftarkan untuk porsi haji
- ✓ Online dengan SISKOHAT Kementerian Agama
- ✓ **BEBAS** biaya *standing instruction* ke Tabungan Haji agar disiplin menabung setiap bulannya
- ✓ Mendapatkan kartu ATM Haji Umrah BSI & fasilitas e-channel apabila nasabah telah melakukan pendaftaran haji.

Syarat : KTP & NPWP

Target segmen : Nasabah perorangan usia 17 tahun ke atas yang berencana untuk menunaikan ibadah haji atau umrah



BSI BANK SYARIAH INDONESIA
AREA JAKARTA THAMRIN

Perencanaan Haji/Umroh lebih berkah dengan

ABATANA

(Ayo Berhaji Aman dan Terencana)

- ✓ Sistem *autodebet* untuk disiplin menabung
- ✓ Bebas biaya *autodebet* & admin
- ✓ Notifikasi saat dana mencukupi untuk daftar Haji



Dapatkan Gimmick Special*
*\$1K belaka



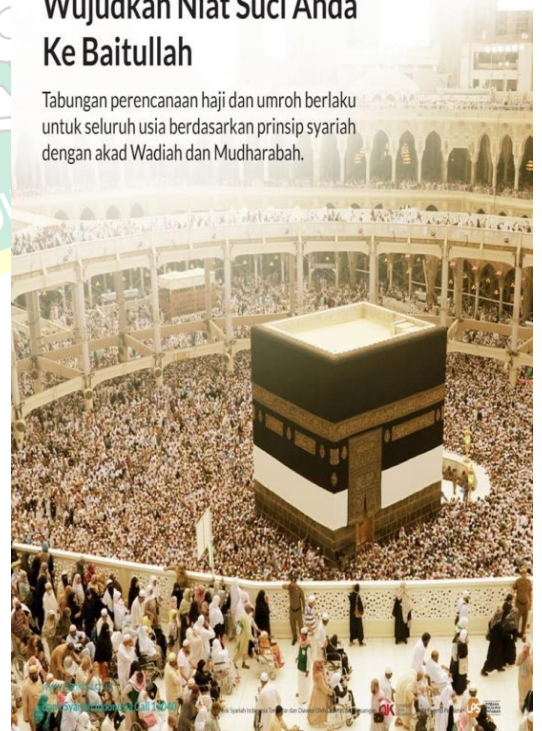
Bank Syariah Indonesia terdaftar dan diawasi oleh OJK

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Tabungan Haji Indonesia

Wujudkan Niat Suci Anda Ke Baitullah

Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah.





Lampiran 5 : Surat Permohonan Izin Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3194/Un.19/FEBLJ.PS/PP.009/07/2023 Purwokerto, 03, Juli 2023
 Lamp. : -
 Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
 Pimpinan Bank Syariah Indonesia KC Kelapa Gading 1
 Di
 Jakarta

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Lendra Darmawan
2. NIM : 1917202024
3. Semester / Program Studi : VIII / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2019/2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi, Terhadap Keputusan Nasabah Membeli Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh promosi, Edukasi dan motivasi terhadap kepuasan nasabah membeli tabungan haji
2. Tempat/ Lokasi : Bank Syariah Indonesia KC Kelapa Gading 1
3. Waktu Penelitian : 4 Juli 2023 s/d selesai
4. Metode Penelitian : Wawancara dan pengumpulan data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Prodi Perbankan Syariah

 Hastyl FFI Utami, S. E., M.Si., Ak.
 NIP. 199206132018012001

Tembusan Yth.
 1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

Lampiran 6 : Surat Keterangan Riset

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

13 Juli 2023
No. 03/371a-3/RO IV
Lampiran: 1 (Satu) berkas

**PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Regional IV Jakarta 1**
Gedung Wisma Mandiri I Lt.2
Jl. M. H. Thamrin No. 5
Jakarta Pusat 10340
Tlp. : +6221 3111 2919
Fax. : +6221 3111 2936
www.bankbsi.co.id

Kepada:
Area Jakarta Kelapa Gading
PT Bank Syariah Indonesia
Komplek Graha Boulevard
Jl Boulevard Raya Blok KGC A02 - 03
Kelapa Gading, Jakarta Utara

U.p.: Yth. Bapak Sahala Parluhutan Silitonga, *Area Manager*

Perihal : **PERSETUJUAN PENEMPATAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN SKRIPSI
DIBAWAH KOORDINASI AREA JAKARTA KELAPA GADING**
Ref. : Surat Area Jakarta Kelapa Gading No. 03/0308-3/058 tgl 4 Juli 2023

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak dan seluruh jajaran Area Jakarta Kelapa Gading dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menindaklanjuti perihal tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan persetujuan penempatan dan pelaksanaan penelitian skripsi dibawah koordinasi Area Jakarta Kelapa Gading dengan data sebagai berikut

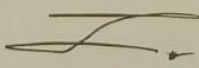
Nama / NIM	Universitas	Waktu	Unit Kerja	Judul
Lendra Darmawan / 1917202024	UIN Purwokerto / S1- Perbankan Syariah	4 Juli -4 Agustus 2023	KC Jakarta Kelapa Gading 1	Pengaruh Promosi, Edukasi dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Membeli Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kelapa Gading 1

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA Tbk. #
REGION IV JAKARTA 1


Imam Samekto
Operational Deputy


Zulkifli
Regional Business Control Manager

Tembusan : BSI Corporate University

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Lendra Darmawan
 NIM : 1917202024
 Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 05 Mei 2000
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Nama Ayah : Sutiyana
 Nama Ibu : Nina Sofyarni
 Alamat : Jl. Bulak Tinggi Raya No. 02, RT 02 / RW 02
 Kelurahan Jati Warna, Kecamatan Pondok Melati,
 Kota Bekasi.
 No. HP : 0895-0911-1396
 E-mail : lendradarmawan8899@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI : SD IT Yakni
 - b. SMP/MTs : MTs Hudal Islam 2
 - c. SMA/SMK : MA Al Ihsan
 - d. S. 1, Tahun Masuk : S1 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Ponpes Zam-Zam Muhammadiyah Purwokerto
 - b. Ponpes Darul Ulum Lido, Bogor
 - c. Ponpes As-Syafi'iyah, Jakarta

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Senat Mahasiswa Universitas 2021-2022
2. Kepengurusan Young On Top (YOT) 2021-2022

Purwokerto, 23 Oktober 2023

Lendra Darmawan
NIM. 1917202024