PENGARUH PROGRAM UNDIAN BERHADIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SIDOARJO

SKRIPSI

Oleh:

JULIANA SANDRA AGUSTIN

NIM. C04213032

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Juliana Sandra Agustin

NIM : C04213032

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 12 Juli 2018

Saya Menyatakan,

METERAI TEMPEL 7E C9AFF160434150 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Juliana Sandra Agustin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Juliana Sandra Agustin NIM. C04213032 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 23 Juli 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I,	Penguji II,
Deasy Tantriana M.M	Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag.
NIP. 198312282011012009	NIP.196506151991021001
Penguji III,	Penguji IV,
Lilik Rahmawati, MEI	Hastanti Agustin R, M.Acc
NIP. 198106062009012008	NIP. 198308082018012001

Surabaya, 23 Juli 2018
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Juliana Sandra Agustin NIM.C04213032 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya,10 Juli 2018

Pembimbing

Deasy Tantriana MM

NIP198312282011012009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Juliana Sandra Agustin
NIM : C04213032
Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address : Sandraagustin01@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Juli 2018

Penulis

(Juliana Sandra Agustin)
nama terang dan tanda tangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo"** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Pengelolaan data menggunakan *SPSS* . Selain itu data juga dianalisis dengan melakukan pengujian validitas, reliabilitasuji asumsi klasik,serta hipotesis menggunakan uji t. Penelitian ini berusaha memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada yang di dukung dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Program Undian Berhadiah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t untuk variabel Program Undian Berhadiah diperoleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan nilai 2,519 ≥ 1,984 dan memiliki angka signifikan 0,000 dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh yaitu 0,348 atau 34,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Program Undian Berhadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM.....i

PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iii

PENGESAHAN.....iv

ABSTRAK.....v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR TABEL.....x

DAFTAR GAMBAR.....xii

DAFTAR TRANSLITERASi..... xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah.....5

C. Tujuan Penelitian.....6

D. Kegunaan Penelitian.....6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....8

B. Penelitian Terdahulu.....26

C. Kerangka Konseptual.....30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Hipotesis Penelitian.....30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....31

B. Waktu dan Tempat Penelitian.....31

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....31

D. Variabel Penelitian.....33

E. Definisi Operasional.....34

F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....35

G. Uji Normalitas.....38

H. Data Dan Sumber Data.....39

I. Teknik Pengumpulan Data.....40

J. Teknik Analisa Data.....42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....44

B. Analisis Data.....70

C. Pendapat Responden.....78

BAB V PEMBAHASAN.....86

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....90

B. Saran.....90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Periode Program Undian Berhadiah.....3

Tabel 2.1 Perbedaan Undian Dan Judi.....19

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....26

Tabel 2.3 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....28

Tabel 3.1 Definisi Operasional.....34

Tabel 3.2 Skor Untuk Responden Pernyataan.....41

Tabel 4.2 Jenis-jenis Hadiah Bank Syariah Bukopin.....56

Tabel 4.3 Karaktersitik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....57

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....58

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....59

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung.....60

Tabel 4.11Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....61

Tabel 4.22 Uji Validitas Undian Berhadiah.....71

Tabel 4.23 Uji Validitas Keputusan Nasabah Menabung.....72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Undian Berhadiah Dan Keputusan Nasabah Menabung.....73

Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Kolmogorof Smirnov.....74

Tabel 4.26 Hasil Uji Persamaan.....75

Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Sederhana.....75

Tabel 4.28 Koefisien Korelasi.....76

Tabel 4.29 Hasil Uji T.....77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.4 Kerangka Konsepsual.....30

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....45

Gambar 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....57

Gambar 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....58

Gambar 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....59

Gambar 4.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menabung.....61

Gambar 4.11 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....62

Gambar 4.30 Kurva Daerah Penolakan Dan Penerimaaan H0.....78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah berdiri oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya[1]. Riba adalah kelebihan atau tambahan pembayaran tanpa ada ganti dan imbalan yang di syaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi). [2] Bank Syariah Tidak hanya menghindari riba, tujuan di dirikan Bank Syariah juga untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah berlandaskan al-qur'an dan hadist.[3] Konsep itulah yang membuat Perbankan Syariah memiliki nilai lebih di bandingkan Perbankan Konvensional. Nilai lebih ini terbukti mampu menjadi mesin pendorong yang efektif bagi perkembangan Perbankan Syariah, sebab nilai lebih itu juga menjadi daya tarik tersendiri bagi perkembangan Bank Syariah di mata masyarakat. Sebagaimana firman Allah dalam surat al-baqarah 2 : 275:

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ﴿٢٧٥﴾

[1] Abdullah Saed, *Bank Islam dan Bunga*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), 29.
[2] Al-Jurjani. Al-Ta'rifat, *Fiqih Ekonomi Islam*, (Kairo: Mustafa al-Babi al-Halabi wa Auladuh, 1997), 25.
[3] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik,* (Jakarta: Gema Inani Press, 2001), 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"*Dan ALLAH telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*[4]" .

Bank Syariah memiiki perbedaan operasional yang cukup mendasar dengan Bank konvensional dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga bank intermediasi. Produk-produk Perbankan Syariah hampir mempunyai kemiripan dengan produk Bank konvensional tetapi tidak sama dengan adanya peralangan riba, gharar, dan maisir. Prinsip Syariah ialah hukum Islam dalam kegiatan Perbankan berdasarkan fatwah yang di keluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwah.[5]

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam hal membeli, memilih, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memasukkan kebutuhan dan keinginan mereka.[6] Salah satu strategi yang di lakukan Bank Syariah yaitu dalam hal promosi kepada masyarakat tentang keberadaan produk, keunggulan ,kemanfaatan. Kegiatan Bank Syariah tidak hanya dalam hal promosi saja, melainkan adanya strategi program undian berhadiah untuk nasabah. Menabung di bidang Perbankan Syariah dengan tujuan memperbesar penyimpanan dana dari masyarakat. Bisnis Perbankan Syariah memang mengandalkan dana dari masyarakat yang di simpan dalam Bank yang bersangkutan. Tanpa adanya dana tersebut, sebuah Bank tidak dapat menjalankan operasinya. Oleh karena itu, semakin banyak dana dari masyarakat yang terkumpul untuk di simpan atau di tabung di Bank, berarti

---

[44] Jajasan Penyelenggara, *Penterjemah/Pentafsir Al-qur'an dan Terjemahnya*, 13.
[5] Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 53.
[6] Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin berkembang Bank tersebut. Akan tetapi, semakin banyaknya Bank Syariah yang bermunculan membuat antar Bank saling bersaing dengan ketat untuk mendapatkan nasabah dan penabung di masyarakat.

Perkembangan bisnis jasa Perbankan Syariah yang semakin berkembang membuat persaingan dalam Perbankan Syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa[7]. Hal ini di buktikan dengan banyaknya Bank Syariah berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam Bank Syariah di tandai dengan maraknya produk, jasa atau program yang di tawarkan oleh Bank Syariah. Sehingga para pelaku bisnis di tuntut untuk menciptakan suatu keunggulan di banding dengan para pesaing.

Para pemilik usaha Bank Syariah harus seoptimal mungkin menjaga kualitas mutu pelayanan agar tetap eksis di bidang usaha jasa yang di tekuni. Banyaknya Perbankan Syariah di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat di antaranya Bank Syariah yang cenderung banyak di gunakan oleh masyarakat yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Muamalat Indonesia, Bank Syariah BNI, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah Bukopin, Bank BRI Syariah, Bank Victoria Syariah, Bank BCA Syariah dan Bank Maybank Indonesia. Adanya para pesaing membuat sistem Bank Syariah Bukopin di kembangkan lebih baik lagi di antaranya mempertahankan semua nasabahnya dan menarik masyarakat untuk menjadi nasabah agar tidak beralih kepada Bank Syariah lainnya yang menjadi

[7] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2007), 51.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesaing bagi Bank Syariah Bukopin itu sendiri. Undian di Bank Syariah Bukopin menggunakan sistem poin minimal 100 poin untuk nasabah dan 500 poin untuk perusahaan setiap periode.

Tabel 1.1

Periode Program Undian Berhadiah

Periode 1	16 Februari 2017 – 31 Mei 2017
Periode 11	1 Juni 2017 – 30 September 2017
Periode 111	1 Oktober 2017 – 31 Januari 2018

Sumber: Bank Syariah Bukopin

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa Program Undian Berhadiah di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo mempunyai 3 periode pengundian dan berlaku setiap tahunnya [8]. Ada banyak program undian berhadiah di Bank Syariah Bukopin untuk setiap periodenya yaitu hadiah *Mainprize, Grandprize,* dan hadiah hiburan atau tambahan lainnya. Mainprize adalah hadiah utama yang ke-2 sedangkan untuk *Grandprize* adalah hadiah utama yang ke-1. Dengan Banyaknya berbagai macam Program Undian Berhadiah tersebut diharapkan lebih memudahkan dalam menjaring nasabah.

Bank Syariah Bukopin selalu berusaha memberikan berbagai tawaran yang menarik dan prosedur yang mudah agar nasabah mempunyai peluang untuk memenangkan undian berhadiah dan Hal ini terjadi karena masalah persaingan lembaga keuangan konvensional yang menawarkan undian

[8] Imam Mustakim, *Wawancara*, Sidoarjo 31 Mei 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhadiah dengan tawaran yang lebih menarik dan bunga lebih tinggi sehingga Bank Syariah Bukopin mengalami kendala dalam menjaring nasabah yang lebih tertarik menyimpan dananya pada lembaga keuangan konvensional.

Bank Syariah Bukopin menggunakan strategi undian berhadiah untuk memudahkan dalam menjaring nasabah untuk pemyimpan dana di Bank Syariah Bukopin.[9] Jumlah nasabah Bank Syariah Bukopin sekitar 9.200 Nasabah yang menabung di Bank Syariah Bukopin. Undian Berhadiah di Bank Syariah Bukopin dikemas dengan menarik dengan pengharapan dapat lebih banyak dalam menjaring nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di Bank Syariah Bukopin. Keputusan adalah tahapan dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan menggunakan suatu produkserta mengkonsumsinya. Seseorang melakukan keputusan pembelian karena adanya motivasi dan dorongan[10].

Menurut Cummins dalam Kurniawan, undian berhadiah di selenggarakan oleh pelaku promosi merupakan cara yang cepat dan mudah mengembangkan basis data pelanggan dan calon pelanggan[11].

Secara teoritis, undian berhadiah adalah program yang sangat efektif dalam menimbulkan minat, kesadaran dan partisipasi. Produsen memberikan

---

[9] http: //www.Syariahbukopin.co.id/id/produk-dan-jasa/pendanaan/tabungan-ib-siaga. Diakses pada 25 Juli 2018.
[10] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), 112.
[11] Aromasari,T, "Hubungan antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta", Jurnal Standarisasi dan Ilmu Manajemen Vol. 5 No.4, (2014), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hadiah terhadap konsumen bertujuan untuk menarik dan mempertaan kesetiaan nasabah untuk tetap menggunakan suatu produk. [12]

Penelitian menurut Mohammad Rohli mengenai "Pengaruh Pelaksanaan Undian Berhadiah Pada Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri)" menyimpulkan bahwa Undian Berhadiah berpengaruh positif Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri. Hal ini di karenakan undian berhadiah dapat membantu Bank Syariah untuk menjaring nasabah dan mempertahankan nasabah lama[13].

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih judul **"Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada Pengaruh Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo ?
2. Seberapa besar Pengaruh Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin kantor Cabang Sidoarjo ?

---

[12] Ibid.
[13] Mohammad Rohli,"Pengaruh Pelaksanaan Program Undian Berhadiah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)", Jurnal Penelitian Perbankan Syariah,Volume 7, nomor. 2, (November 2015), 167.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan:

1. Untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat kepada masing-masing pihak yang terkait dengan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan referensi serta kajian untuk menilai Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo dan dapat di gunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya mengenai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

b. Bagi Mahasiswa maupun Masyarakat

Sebagai referensi bahan pengetahuan mahasiswa dan masyarakat tentang Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

c. Akademisi

Sebagai referensi kepada peneliti berikutnya yang berkaitan tentang Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

d. Bagi PT. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo

Sebagai bahan pengetahuan bagi perusahaan mengenai seberapa besar Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Program Undian Berhadiah

a. Pengertian Program Undian Berhadiah

Undian Berhadiah dikenal dengan istilah Promosi, yang menurut Ibrahim Hosen adalah salah satu cara untuk menghimpun dana yang dipergunakan untuk proyek kemanusiaan dan kegiatan sosial. Definisi undian menurut pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Sosial Nomor 14A/ HUK/2006 tentang izin Undian adalah " Tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh suatu badan untuk mereka yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemenang dengan jalan undi atau dengan lain cara menentukan untung yang tidak terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri"[14].

Menurut Kotler dan Susanto, hadiah adalah tawaran kesempatan untuk memenangkan uang, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu[15]. Hadiah memberikan peluang kepada konsumen untuk memenangkan sesuatu seperti

[14] Pasal 1 ayat (1), *Peraturan Menteri Sosial Nomor 14A tentang izin Undian*, 15.
[15] Philip Kotler dan Susamto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Macana Jaya Cemerlang), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

uang tunai. Undian mengharuskan konsumen mendaftar nama mereka untuk diundi[16]. Hadiah dari undian memang sangat menarik tetapi peluang kesempatan untuk memenangkannya memang sedikit, perbandingannya satu banding berjuta-juta konsumen di Indonesia yang mengikuti undian tersebut karena hanya diundi dan diambil beberapa pemenang yang ditentukan[17]. Kesempatan menang atau peluang juga menjadi pertimbangan konsumen dalam mengikuti undian produk tertentu. Dimana undian itu biasanya dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan dana atau propaganda peningkatan pemasaran barang dagangan. Selain itu, aktivitas Undian Berhadiah juga melibatkan beberapa pihak yang terkait diantaranya yaitu[18]:

a. Para penyumbang yakni orang-orang yang membeli kupon dengan mengharapkan hadiah.
b. Penyelenggara, biasanya pemerintah atau lembaga swasta yang legal mendapatkan izin dari pemetintah.

Kegiatan pihak penyelenggara adalah sebagai berikut:

1. Mengedarkan kupon (menjual kupon), salah satu fungsi pengedaran kupon adalah dapat dihitungnya dana yang diperoleh dari para penyumbang.

[16] Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2008), 156.
[17] Ibid.
[18] Hendi Suhendi*, Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2008), 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Membagi-bagi hadiah sesuai dengan ketentuan. hadiah ini diambil dari sebagian dana yang diperoleh.
3. Menyalurkan dana yang telah terkumpul sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sejak awal setelah diambil untuk hadiah dan biaya operasional.

2. Undian Berhadiah Sebagai Strategi Promosi Penjualan

Menurut Kotler dan Amstrong promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan sebuah produk atau jasa. Promosi penjualan merupakan alat promosi yang merupakan perangsang bagi konsumen untuk segera melakukan pembelian [19].

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai alat insentif yang dapat di atur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dana tersebut meningkatkan jumlah barang yang di beli oleh pelanggan. Promosi penjualan bertujuan untuk mendongkrak angka penjualan, promosi penjualan bersifat individu maupun non individu.[20]

Promosi penjualan adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang di rancang untuk

[19] Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 172.
[20] Fandi Tjiptono, *Total Quality Service*, (Yogyakarta: Gramedia, 1997), 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang[21].

Dapat disimpulkan promosi penjualan adalah kumpulan dari alat insentif pada jangka pendek yang dirancang untuk menarik orang-orang baru untuk mencoba, memberi imbalan kepada pelanggan setia dan untuk menaikkan tingkat pembelian ulang orang yang sesekali menggunakan[22].

Secara umum tujuan dari promosi penjualan adalah:

1) Merangsang permintaan oleh pengguna industri atau konsumen rumah tangga.
2) Memperbaiki kinerja pemasaran dari kinerja penjual kembali.
3) Sebagai suplemen periklanan penjualan tata muka, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

Promosi penjualan sebagai strategi dari pemasaran dengan menggunakan undian berhadiah merupakan perangsang bagi konsumen untuk segera melakukan pembelian. Strategi pemasaran dengan menggunakan undian berhadiah seperti ini diharapkan dapat membius omzet yang diinginkan.

[21] Muhammad Kuncoro, *Metode Risert Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 58.
[22] Ibid., 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Kasmir, dijelaskan paling tidak ada empat macam sarana promosi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya, yaitu:[23]

a. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk melancarkan komunikasi persuasive terhadap pembeli. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen secara langsung untuk melakukan pembelian.
b. Publisitas (*Publicity*), yaitu suatu bentuk promosi dan non personal mengenai pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/ berita tentangnya.
c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Promosi penjualan terdiri dari sari kumpulan kiat insentif yang beragam biasanya berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk/ jasa tertentu secara lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

[23] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda), 75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen, serta untuk mendapatkan respon yang cepat dan berhubungan erat dengan konsumen.

Dengan berkembangnya undian berhadiah di masyarakat khususnya di Indonesia, yang diadakan oleh produsen dagang dianggap sebagai strategi pemasaran barang atau jasa yang di produksi oleh perusahaan cukup dinilai efektif untuk menarik minat masyarakat.

Menurut Cummins dalam Kurniawan, ada tiga alasan penggunaan undian berhadiah sebagai strategi pemasaran diantaranya adalah:[24]

1. Undian berhadiah diselenggarakan oleh pelaku promosi, mudah diikuti konsumen, membutuhkan dana hadiah yang sudah ditentukan, dan merupakan cara yang cepat dan mudah mengembangkan basis data pelanggan dan calon pelanggan.
2. Undian dapat sangat efektif dalam menimbulkan minat,kesadaran dan partisipasi.
3. Undian dapat melibatkan dorongan tersirat untuk membeli.

[24] Kurniawan, *Undian Berhadiah Sebagai Strategi Pemasaran*, (Surakarta: Fakultas Syariah IAIN Surakarta), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Undian berhadiah memungkinkan kesempatan bagi perusahaan dalam menggunakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan kreativitas, membutuhkan sedikit aturan, tidak memerlukan pertanyaan atau ujian tetapi benar-benar memberikan kemungkinan penuh untuk segala jenis permainan.

3. **Undian Berhadiah Dalam Pandangan Islam**

Islam yang mengajarkan segala yang baik dan bermanfaat bagi manusia, selain itu Islam adalah agama fitrah, yang sesuai dengan sifat dasar manusia (Human Nature).[25]Perbuatan manusia menurut pendekatan Syariah dapat berbentuk ibadah dan bisa juga berbentuk muamalah. Suatu perbuatan ibadah pada asalnya tidak boleh di lakukan kecuali ada dalil atau ketentuan yang terdapat dalam al-qur'an atau hadis, yang menyatakan bahwa perbuatan itu harus atau boleh di lakukan kecuali ada ketentuan dalam al-qur'an atau hadist yang melarangnya. Surat An-Nisa' ayat 29:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَـٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَـٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

" *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.*

[25] Zainul Arifin, *Dasar- Dasar Management Bank Syariah*,(Jakarta: Alvabeta, 2002), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan janganlah kamu membunuh dirimu,Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".[26]

Ajaran agama Islam yang bersumber pada Wahyu Illahi dan sunnahturasul mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang baik di dunia dan sekaligus memperoleh kehidupan yang baik di akhirat. Hal ini berarti dalam mengejar kehidupan di dunia tidak dapat di lakukan dengan menghalalkan segala macam cara, tetapi harus di lakukan melalui gerakan amal saleh[27].

Undian berhadiah merupakan kegiatan yang saat ini gencar di laksanakan oleh pihak Perbankan, tak terkecuali Perbankan Syariah. Adapun manfaat menurut Islam di kenal dengan maslahat, dan yang di sebut dengan maslahat menurut Islam adalah suatu perbuatan hukum yang mengandung manfaat dan ketentraman bagi semua manusia atau dirinya sendiri terhadap jasmani, jiwa, akal serta rohani. Manfaat dari diadakannya undian berhadiah pada bank syariah adalah:

1. Bank Syariah memiliki *Market Share* yang lebih tinggi sehingga konsumen bank syariah menjadi lebih banyak dan ini akan membuat Bank Syariah semakin berkembang di

[26] Jajasan Penyelenggara, *Penterjemah/ Penafsir Al-qur'an dan Terjemah*, 23.
[27] Widyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Badan Penerbit FHUI, 2005), 3-4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat yang berarti juga akan mengembangkan nilai-nilai Syariah di kalangan masyarakat luas.

2. Bank Syariah yang menyelenggarakan undian berhadiah terhadap produk jasanya dapat menjadi favorit masyarakat sehingga dalam hal ini undian berhadiah juga dapat meningkatkan citra Bank di mata nasabahnya[28].

4. Hukum Program Undian Berhadiah di Perbankan Syariah Menurut Fatwa Majelis Ulama' Indonesia (MUI)

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memfatwakan bahwa undian berhadiah di Lembaga Keuangan Syariah diperbolehkan dalam rangka promosi produk penghimpunan dana dengan mengikuti ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam fatwah ini.[29] Ketentuan terkait hadiah antara lain:

1. Hadiah promosi yang diberikan oleh Lembaga Keuangan Syariah kepada nasabah harus dalam bentuk barang dan jasa tidak boleh dalam bentuk uang.
2. Hadiah promosi yang diberikan oleh lembaga keuangan Syariah harus berupa benda yang wujud, baik wujud haqiqi maupun wujud hukmi.
3. Hadiah promosi yang diberikan oleh lembaga keuangan Syariah harus berupa benda yang mubah atau halal.

[28]Imam Mustakim, *Wawancara*, Sidoarjo 22 Juli 2017.
[29] Fatwah Dewan Nasional NO 86/ DSN-MUI/X11/2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Hadiah promosi yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah harus milik lembaga keuangan Syariah yang bersangkutan, bukan milik nasabah.
5. Dalam hal akad penyimpanan dana adalah akad wadi'ah, maka hadiah promosi di berikan oleh lembaga keuangan Syariah sebelum terjadinya akad wadi'ah.
6. Lembaga keuangan Syariah berhak menetapkan syarat-syarat kepada penerima hadiah selama syarat-syarat tersebut tidak menjurus kepada praktik riba.
7. Dalam hal penerima hadiah ingkar terhadap syarat-syarat yang telah di tentukan oleh Lembaga Keuangan Syariah, penerima hadiah harus mengembalikan hadiah yang telah di terimanya.
8. Kebijakan pemberian hadiah promosi dan hadiah atas dana pihak ketiga oleh Lembaga Keuangan Syariah harus di atur dalam peraturan internal Lembaga Keuangan Syariah setelah memperhatikan pertimbangan Dewan Pengawas Syariah.
9. Pihak otoritas harus melakukan pengawasan terhadap kebijakan Lembaga Keuangan Syariah terkait pemberian hadiah promosi dan hadiah atas dana pihak ketiga kepda nasabah berikut operasionalnya. Hadiah itu pada dasarnya adalah halal dan mubah. Bahkan pada level tertentu bisa menjadi sunnah. Undian berhadiah tanpa menarik iuran dari peserta dan kupon undian diberikan kepada peserta secara Cuma-Cuma maka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hukum undian ini diperbolehkan syariat karena tidak ada dalil yang melarangnya dan juga Gharar yang terdapat dalam akad ini yang diesbabkan ketidaktahuan peserta akan fisik hadiah yang mereka terima tidak berdampak merusak akad.[30]

Undian berhadiah dengan membayar iuran diharamkan sekalipun jumlahnya sedikit karena Ghararnya nyata dimana peserta membayar iuran yang kemungkinan ia mendapatkan hadiah sehingga berlaba atau ia tidak mendapat apa-apa sehingga ia rugi maka undian ini termasuk maysir[31].

Bila prinsipnya undian itu adalah hadiah yang diberikan pihak penyelenggara undian yang bersumber dananya dari penyelenggara tersebut, maka bukan termasuk judi. Dana untuk hadiah diambilkan dari anggaran bidang promosi penyelenggara itu bukan dari setoran para peserta undian maka itu bukanlah perjudian. Tetapi merupakan taktik menggenjot angka penjualan. Hadiah atau undian di Bank Syariah berasal dari bagi hasil antara Nasabah dan Bank itu sendiri. Pada dasarnya pemberian hadiah oleh Bank Syariah diperbolehkan karena tidak mengandung Riba dan Nasabah tidak dirugikan atas pengadaan hadiah tersebut.[32]

---

[30] Masjfuk Zuhdi. *Masall Fiqhiyah.* (Jakarta: CV Haji Masagung Cet. 1, 1990), 138.
[31] Ibid., 141.
[32] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada perbedaan mendasar antara judi dan undian berhadiah sebagai dasar pemikiran strategi pemberian hadiah pada Nasabah dalam tabel berikut[33]:

Tabel 2.1

Perbedaan Undian Berhadiah dengan Judi

Hadiah	Judi
Salah satu pihak menyediakan sebagian dari kepemilikannya kepada pihak yang lain tentu saja disesuaikan dengan kemampuan pihak tersebut. Dalam hukum syariah, hadiah bersifat halal diberikan apabila tidak merugikan atau memberi beban pada salah satu pihak. Hadiah tersebut selayaknya tidak bersifat maysir yaitu transaksi yang digantungkan pada sesuatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.	Peserta yang menyetorkan sebagian dari kepemilikannya untuk mendapat gain yang lebih besar. Ada elemen ketidak pastian dan unsur kerugian yang mungkin akan di terima oleh peserta.

4. Rukun hadiah

a) Pihak yang memberi hadiah dan pihak yang penerima hadiah, pemberian tidak akan bisa di sebut dengan hadiah jika tidak ada yang memberi hadiah dan pihak yang akan menerima hadiah.[34]

b) Benda yang di hadiahkan setidaknya barang yang menjadi hadiah dalam pandangan hukum islam harus halal, mulai dari

[33] Edy Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*,(Bogor: Ghalia, 2005), 221.
[34] Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* , (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barangnya, cara memperoleh barang yang di jadikan hadiah serta dalam pemberian hadiah tidak mengikut sertakan syarat yang dapat merugikan pihak yang menerima hadiah atau menimbulkan mudarat.

c) Ijab dan Qabul, pihak pemberi hadiah dan penerima hadiah harus saling ikhlas dan pihak pemberi hadiah haram untuk meminta kembali barang yang sudah di berikan.

B. Syarat Undian Berhadiah

1. Benda yang di jadikan hadiah harus milik sempurna, bukan barang hasil curian karena berdasarkan hukum islam perbuatan ini haram meskipun niat untuk memberi hadiah dan menyenangkan hati orang lain itu baik, namun karena cara mendapatkan barangnya tidak baik maka berpengaruh pada hasilnya juga.
2. Benda yang di jadikan hadiah sudah ada, bukan benda yang masih melayang di udara, benda yang masih berada di sungai ataupun laut yang masih belum tentu bendanya bisa di dapat.
3. Objek yang di jadikan hadiah merupakan sesuatu yang di perbolehkan berdasarkan hukum Islam, bukan benda yang melanggar seperti daging babi, minuman keras[35].

C. Tujuan Program Undian Berhadiah

a. Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama.

[35] Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah dan Fiqih Muamalah*,(Jakarta: Kencana, 2012), 221.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Menghindarkan konsumen lari ke merk lain.

c. Menarik para pembeli baru.[36]

D. Indikator Undian Berhadiah

Undian berhadiah adalah Pemberian yang berupa barang, jasa atau uang yang di lakukan tanpa adanya kompesasi balik seperti yang terjadi pada perdagangan. Dalam hubungan manusia, tindakan undian berhadiah berperan dalam meningkatkan kedekatan sosial[37]. Dari pengertian tersebut, maka indikator yang di gunakan dalam undian berhadiah antara lain:

a) Undian berhadiah menarik.

b) Proses undian bersifat transparan.

c) Adanya kesempatan bagi nasabah untuk memenangkan hadiah.

d) Waktu pelaksanaan undian berhadiah jelas.

e) Adanya kesempatan untuk mengikuti kembali program undian berhadiah di masa yang akan datang.[38]

E. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah hal sesuatu yang di putuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan (*decision*) adalah pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari

---

[36] Philip Kotler, *Managemen Pemasaran*,(Jakarta: PT Indeks, 2005), 197.
[37] Ira. M. Lapidus, *Kamus Umum*...,338.
[38] Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dua kategori terprogram atau tidak terprogram. pengambilan keputusan akan pembelian suatu produk yang telah di pilih dari beberapa jenis produk melalui proses pemilihan dari beberapa alternatif.

Sedangkan Keputusan Nasabah adalah seuatu hal yang telah di putuskan oleh konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pencarian informasi, pengenalan kebutuhan dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan[39].

2. **Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian berkaitan dengan kegiatan dimana seseorang konsumen akan memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang dia inginkan[40]. Keinginan ini di mulai dari kebutuhan yang di rasakan mendesak bagi konsumen tersebut. Ada beberapa pola perilaku yang menentukan ketika akan melakukan pembelian. Adapun tahapnya adalah sebagai berikut :

a. Pengenalan Masalah/ Kebutuhan

Merupakan proses pembelian di mulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang di inginkan.

---

[39] Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.
[40] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Persabda, 2012), 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai di lakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) atau mencari dari luar (pencarian ekternal).

Pencarian ekternal adalah proses pencarian informasi mengenai berbagai produk dan merk, pembelian maupun konsumsi kepada lingkungan konsumen. Misalnya melalui teman, tetangga, iklan, wiraniaga, kemasan, personil pemasaran, media masa, dll.

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap ini konsumen mengevaluasi pilihan harga dan merk berkenaan dengan manfaat yang di harapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang di pilih. Konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang di cari dan memuaskan kebutuhan.

Atribut-atribut yang menarik bagi pembeli berbeda-beda menurut produknya:

1. Kamera: ketajaman gambar, kecepatan kamera, ukuran kamera, harga.
2. Hotel: lokasi, kebersihan, suasana, biaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merk-merk dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merk yang paling disukai.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen juga akan melakukan tindakan purnabeli dan menggunakan produk tersebut.

3. **Indikator Keputusan Nasabah**

Keputusan nasabah dalam undian berhadiah dapat di ukur dari beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah ini akan di jadikan indikator keputusan oleh peneliti, di antaranya adalah[41]:

a. Harga

Suku bunga termasuk kedalam faktor yang menjadi motif konsumen untuk membeli produk Bank. Pengertian harga berbeda dengan produk lainnya. Semakin besar bunga yang ditawarkan merupakan murahnya harga suatu produk sehinggaakan membuat tertarik para calon nasabah.

[41] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2017), 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Service* yang ditawarkan

Pelayanan merupakan *service* yang ditawarkan oleh Bank kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik akan dijadikan motif para nasabah untuk membeli produk Bank.

c. Lokasi yang strategis

Lokasi yang strategis dapat dijadikan motif nasabah dalam membeli produk Bank. Strategis dalam hal ini diartikan bahwa letak atau lokasinya dapat dengan mudah dijangkau oleh nasabah dan terletak dipusat kegiatan perekonomian.

d. Kemampuan tenaga penjual

Kepercayaan merupakan termasuk kemampuan tenaga penjual dimana faktor ini juga merupakan motif bagi para nasabah/konsumen dalam membeli suatu produk.

F. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah merupakan bagian dari pelaksana ekonomi Islam. Ditinjau dari sudut bahasa, Islam adalah kedamaian (*Peace*), kesucian (*Purity*), kepatuhan (*Submission*), dan ketaatan (*Obedience*). Secara istilah Islam berarti kepatuhan terhadap ALLAH SWT serta taat kepada hukum dan aturannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nahrawi mengungkap bahwa Islam adalah aturan sempurna ALLAH SWT. Yang mencakup berbagai bidang dan segi kehidupan, mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia.[42]

2. **Prinsip Dasar Perbankan**

Prinsip dasar Perbankan Syariah dapat dijumpai pada pasal 1 angka 12 undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan, yaitu prinsip hukum Islam dalam kegiatan Perbankan Syariah berdasarkan fatwah dari lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwah dibidang Syariah. Berdasarkan ketentuan penjelasan pasal 49 huruf i ada 12 bidang usaha dalam operasinya dapat menerapkan prinsip Syariah. Adapun prinsip dasar yang harus dipenuhi oleh lembaga-

lembaga tersebut yaitu bahwa dalam melaksanakan transaksi tidak boleh mengandung unsur yang dilarang berupa perjudian (*Maysir*), ketidakjelasan (*Gharar* , bunga (*riba*), suap menyuap (*Risywah*).

G. **Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan peneliti yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini terdapat dalam tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1.	Farid Rasyid.2012. Pengaruh Undian Berhadiah	. Variabel bebas	Metode Deskriptif	Variabel Undian Berhadiah dan Citra

[42] Muhammad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malasyia*, (Bandung: Persabda, 2001), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	dan Citra Merk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di BRI Syariah Cabang Semarang.	X1 : Undian Berhadiah. X2: Citra Merk. Variabel terikat Y : Keputusan.	Verifikatif Dengan teknik Survei. Teknik Pengumpulan data melalui kuesioner.	Merk Berpengaruh Baik secara *parsial* ataupun *simultan* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di BRI Syariah Cabang Semarang.
2.	L. Bher Sadewi, 2012. Pengaruh Program Undian Tabungan Simpedas Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Solo Kartasura.	Variabel bebas: X : Program Undian Berhadiah. Variabel terikat: Y: Loyalitas Nasabah.	Teknik deskriptif Verifikatif dengan teknik survey. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner.	Variabel Program Undian Berhadiah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Solo Kartasura .
3.	Soraya Wiendi Griyanita Putri. 2017. Pengaruh Undian Berhadiah, *Profit Sharing*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus KSSP Bina Insan Mandiri Karanganyar).	Variabel bebas X1: Undian Berhadiah. X2 : *Profit Sharing*. X3: Kualitas Pelayanan Variabel terikat Y: Minat Menabung.	Metode Deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner.	Pengaruh Undian Berhadiah, *Profit Sharing* Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Menabung.
4.	Santoso, 2014. Pengaruh Bagi Hasil dan Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Surabaya.	Variabel Bebas X1: Bagi Hasil X2 Undian Berhadiah. Variabel Terikat Y: Keputusan Nasabah.	Metode Deskriptif Verifikatif dengan teknik survei. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner.	Pengaruh Bagi Hasil dan Undian Berhadiah Berpengaruh baik secara *parsial* ataupun *Simultan* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Surabaya.
5.	Feri Anggriawan.2015. Pengaruh Customer Intimacv Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Jember.	Variabel Bebas X: Customer Intimacv. Variabel Terikat Y: Keputusan Nasabah.	Metode Deksriptif Verifikatif dengan teknik survei. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner.	Variabel *Customer Intimacv* berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah Di BRI Syariah Cabang Jember.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian mengenai Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu.Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat di sajikan dalam Tabel 2.3 yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.3

Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	Nama,Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Farid Rasyid, 2012. Pengaruh Undian Berhadiah dan Citra Merk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di BRI Syariah Cabang Semarang.	1. Menggunakan Variabel Undian Berhadiah. 2. Menggunakan Variabel Keputusan Nasabah.	1. Untuk penelitian terdahulu memiliki dua variabel independen yaitu Undian Berhadiah dan Citra Merk, sedangkan penelitian sekarang memiliki satu variabel independen yaitu Program Undian Berhadiah. 2. Untuk Penelitian terdahulu memilih tempat penelitian di BRI Syariah Cabang Semarang, sedangkan penelitian sekarang memilih tempat penelitian di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.
2.	L. Bher Sadewi,2012. Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedas Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Solo Kartasura.	Menggunakan Variabel Pogram Undian Berhadiah.	1. Untuk penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen Loyalitas Nasabah, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel dependen Keputusan Nasabah. 2. Untuk Penelitian terdahulu memilih tempat penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Solo Kartasura, sedangkan penelitian sekarang memilih tempat di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.	Soraya Wiendi Griyanita Putri.2017. Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus KSSP Bina Insan Mandiri Karanganyar).	Menggunakan Variabel Undian Berhadiah.	1. Untuk penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel independen yaitu Undian Berhadiah,*Profit Sharing*, Dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan Untuk penelitian sekarang menggunakan satu variabel independen yaitu Program Undian Berhadiah. 2. Untuk penelitian terdahulu memilih tempat penelitian di KSSP Bina Insan Mandiri Karanganyar, sedangkan untuk penelitian sekarang memilih tempat di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.
4.	Santoso, 2014. Pengaruh Bagi Hasil dan Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Surabaya.	1. Menggunakan variabel Undian Berhadiah. 2. Menggunakan variabel Keputusan Nasabah.	1. Untuk penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen yaitu Bagi Hasil dan Undian Berhadiah, sedangkan untuk penelitian sekarang menggunakan satu variabel independen yaitu Program Undian Berhadiah. 2. Untuk penelitian terdahulu memilih tempat penelitian di Bank Mandiri Syariah Cabang Surabaya, sedangkan untuk penelitian sekarang memilih tempat penelitian di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.
5.	Feri Anggriawan.2015. Pengaruh Customer Intimacv Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Jember.	Menggunakan variabel Keputusan Nasabah.	1. Untuk Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen *Customer Intemacv* Sedangkan di penelitian sekarang menggunakan variabel independen Program Undian Berhadiah. 2. Untuk penelitian terdahulu memilih tempat di BRI Syariah Cabang Jember, sedangkan untuk penelitian sekarang memilih tempat di Bank

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

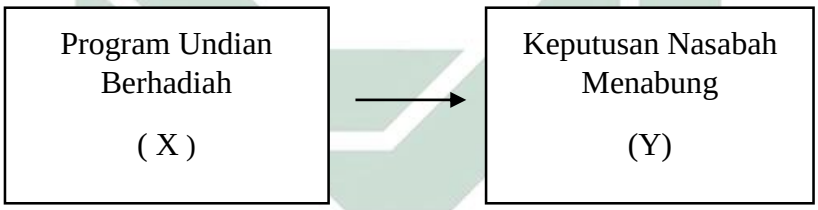
H. Kerangka Konseptual

Dalam Penelitian ini aspek yang akan diukur dari Undian Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo ini meliputi: Program Undian Berhadiah Dan Keputusan Nasabah. Undian berhadiah disini adalah ajang promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam rangka menarik minat masyarakat untuk membeli atau menggunakan produk.

Keputusan Nasabah adalah tahap akhir yang diputuskan Nasabah untuk Menabung atas adanya Program Undian Berhadiah di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Gambar 2.4

Kerangka Konsepsual



I. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian. Dugaan ini di bukikan kebenarannya melalui data empiris (fakta lapangan). Hipotesis dapat benar atau terbukti dan tidak terbukti setelah di dukung oleh fakta-fakta hasil penelitian di lapangan[43].

[43] Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : Uji Press, 2005), 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat di tentukan Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin kantor Cabang Sidoarjo.

Ha : Terdapat pengaruh antara Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Data di peroleh menggunakan kuesioner kepada nasabah yang Menabung serta melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Pendekatan ini berangkat dari data yang di proses menjadi informasi dan membutikan teori, sehingga menjadi barang berharga dalam pengambilan keputusan. Pemrosesan data mentah menjadi informasi yang bermanfaat, inilah yang di maksud metode kuantitatif[44].

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada:

Waktu : 31 Mei 2017 – 3 Januari 2018

Tempat Penelitian : Bank Syariah Bukopin Ruko Gateway A5-6, Jalan Raya Waru Sidoarjo Jawa Timur

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di

[44] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentukan oleh peneliti untuk di pelajari yang kemudian di tarik kesimpulannya[45]. Objek penelitian terdiri dari manusia, benda, tumbuh-tumbuhan, peristiwa sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian[46]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo Sekitar 9200 Nasabah.

2. **Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi yang akan kita teliti[47]. Sampel dalam penelitian ini adalah Nasabah yang menabung. Pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Non Probality Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu seperti nasabah yang menabung. Untuk menentukan sampel penelitian ini, penulis menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut[48]:

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

Dimana: n = Sampel

N = Populasi

E= Perkiraan tingkat kesalahan

[45] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 115.
[46] Herman Resito, *Pengantar Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), 75.
[47] Ibid., 80.
[48] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*...,34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah jumlah Nasabah yang menabung dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10% dengan mengikuti perhitungan diatas maka hasilnya adalah:

$$N=\frac{9200}{1+9200\ (0,1)^2}$$

$$N= 98,9$$

Dengan demikian, maka jumlah populasi 9200 diperoleh ukuran sampel sebesar 98,9 atau dibulatkan menjadi 99 sampel penelitian. Dan dalam penelitian ini penulis mengambil sebanyak 100 sampel responden nasabah Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

3. **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi segala hal yang dapat di tarik kesimpulannya. Menurut Arukindo variabel adalah objek penelitian, atau segala hal yang menjadi fokus perhatian dari penelitian.

Variabel penelitian ini akan membahas mengenai Program Undian Berhadiah serta Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Variabel penelitian ini menggunakan variabel Independen (variabel bebas) dan variabel Dependen (variabel terikat).

Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sering kali variabel ini disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan di atas, maka variabel Independen dan variabel Dependen dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (variabel bebas)

   Dalam penelitian ini yang di maksud variabel Independen adalah program undian berhadiah (x).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

   Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo (y).

4. Definisi operasional

Definisi operasional mengacu pada makna serta pengukuran dari variabel (karakteristik yang melekat dari sebuah variabel [49]). Definisi operasional dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (x) dan satu variabel terikat (y).

1.) Variabel bebas (x)

Variabel bebas (x) dalam penelitian ini adalah Program Undian Berhadiah.

Program undian berhadiah adalah suatu promosi yang diadakan oleh suatu lembaga dengan terlebih dahulu mendapat izin dari pihak yang berwajib untuk para nasabah yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut

[49]Toni Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda dengan jalan diundi[50]

2.) Variabel Terikat (y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah Menabung.

Keputusan Nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan nasabah untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pencarian informasi, pengenalan kebutuhan dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan[51].

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Sumber	Teknik Pengambilan Data
1.	Undian Berhadiah (x)	1. Undian berhadiah menarik. 2. Proses pengundian bersifat transparan. 3. Kesempatan memenangkan hadiah. 4. Waktu pelaksanaan undian berhadiah jelas. 5. Adanya kesempatan mengikuti kembali dimasa yang akan datang.	Suharno dan Yudi Sutarso, (2010).	Likert
2.	Keputusan	1. Harga.	Fandi	Likert

[50] Ibid.

[51] Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan,* (Bandung : Alfabeta, 2013), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Nasabah Menabung (Y)	2. Service yang ditawarkan. 3. Lokasi strategis. 4. Kemampuan tenaga penjual.	TJiptono, (2017).	

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

1. **Uji Validitas Dan Reliabilitas**

a. **Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti[52].

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui tinggi rendah validitas suatu kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Person's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan komputer program SPSS.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *Critical Value* pada nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 0,05 (5%) pada jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *Produck Moment* lebih besar dari *Critical Value,* maka instrumen ini dinyatakan valid.

[52] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), 144.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value* maka intrumen ini dinyatakan tidak valid[53].

Penguji validitas dapat dilakukan dengan rumus *product moment*, berikut rumusnya :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY\,(\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum x^2-(\sum x)^2\}\{N\sum Y^2-(\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Banyaknya subyek

X = Nilai pembanding

Y = Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya

1) Validitas Kuesioner Undian Berhadiah

Untuk mengetahui soal valid dan tidak valid, dilihat dari korelasi lalu dibandingkan dengan table korelasi produk moment untuk dk = n-2. penafsiran validitas instrumen setelah didapatkan hasil perhitungan adalah jika r hitung ≥ r_{table} di dapatkan dari tabel nilai dengan derajat kebebasan (dk) = n-2, n adalah jumlah responden (dalam hal ini jumlah n adalah 100) dan signifikansi (taraf kesalahan) yang di pergunakan yaitu 5%. Apabila r hitung ≥ r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid. Apabila r hitung ≤ r tabel (pada taraf

[53] Dwi Piyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Jakarta: PT Buku Kita 2008), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikan 5%) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan[54].

Reliabilitas juga didefinisikan sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari pengubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu[55]. Instrumen yang reliabel berarti inastrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama , akan menghasilkan data yang sama, yang berarti relibialitas berhubungan konsistensi,akurasi,dan ketepatan yang ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reabiliti[56].

Pengukuran yang memiliki relabiliti yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data reliabel. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik *Cronbach Alpha*. Teknik ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak

[54] Supranto, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun SPSS, Tesis dan Disertasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 63.
[55] Benny Kurniawan, *Metodologi Penelitian*, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012), 58.
[56] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2006), 167.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai pilihan “benar” atau “salah” maupun “ya” atau “tidak “ melainkan digunakan untuk mengitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku[57].

Penguji reliablitias dapat dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha*, berikut rumusnya:

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2}\right]$$

Dimana:

r= reliabilitas instrumen

k= banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$ = jumlah varian butir

at^2 = varians total

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*[58]. Menurut Umar, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

A. *Cronbach Alpha* 0,6 = reliabilitas buruk

B. *Cronbach Alpha* 0,6-0,79 = reliablitas diterima

C. *Cronbach Alpha* 0,8 = reliabilitas baik

Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alphā* 0,60[59].

[57] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*...,163.
[58]Husein Umar, *Research Metode in*...,135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. **Uji Normalitas Data**

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik (statistik interensial). [60]Tingkat kenormalan data sangat dibutuhkan, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap mewakili populasi. Cara mendeteksinya dengan menggunakan uji *kolmogorov Smirnov.*

Kelebihan dari Uji *Kolmogorov Smirnov* adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik.

Konsep dasar Uji *Kolmogorov Smirnov* adalah dengan membandingkan distribusi data yang akan diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan kedalam bentuk Z- Score dan diasumsikan normal[61].

D. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya:

a. Data primer, adalah data yang bersumber dari data kuesioner. Data primer ini diperoleh dari responden secara langsung yakni bagi nasabah

---

[59] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), 41.
[60] Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 28.
[61] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo dengan mengisi lembar kuesioner yang diberikan oleh peneliti dengan seputar pertanyaan mengenai pengaruh program undian berhadiah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

b. Data sekunder, data ini bersumber dari data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau literatur misalnya dokumentasi perusahaan, buku-buku atau pustaka yang berhubungan dengan topik bahasan, jurnal,internet,dan sebagainya.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Sumber data primer, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti kuesioner, dan wawancara dalam penelitian ini. sumber primer diperoleh dari hasil kuesioner secara langsung kepada Responden maupun karyawan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo

b. Sumber data sekunder, adapun sumber data sekunder yang di maksud adalah sumber data yang didapat dari dokumentasi perusahaan, buku panduan perbankan syariah dan pustaka yang berhubungan dengan topik bahasan ini serta hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh pihak lain. Data yang dipublikasikan oleh pihak atau instasi yang terkait dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung dimanfaatkan oleh peneliti, seperti brosur, *company profil* Perbankan Syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data yang diperoleh berdasarkan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap,pendapat,dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner dibagikan kepada nasabah yang menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Tabel 3.2

Skor Untuk Respon Pernyataan

Alternatif Tanggapan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

2. Wawancara

   Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pencarian data dengan teknik ini dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara orang seorang atau beberapa orang yang diwawancara. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pimpinan cabang dan karyawan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata " Dokumen " yang artinya barang tertulis[62]. Dalam melaksanakan dokumentasi, peneliti menggunakan barang tertulis seperti data, dokumen dan sebagainya.

F. Teknik Analisa Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

1. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/ dirubah-rubah atau dinaik-turunkan[63]. Regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara

[62] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 149.
[63] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 260.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel (x) program undian berhadiah terhadap variabel (y) keputusan nasabah.

Persamaan regresi untuk regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a= konstanta, yaitu nilai y jika x=o

b = koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel y yang didasarkan variabel x

X = Variabel independen

2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat[64]. Untuk melakukan uji hipotesis dengan uji t menggunakan SPSS. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah sebagai berikut:

H_0 : Program Undian Berhadiah tidak berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

[64] Asnawawi dan Maskhuri. *Metodologi Risert Pemasaran,* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_a: Program Undian Berhadiah Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Signifikansi pengaruh atau tidaknya dapat dilihat dan disimpulkan dengan cara membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung}. Untuk menentukan t_{tabel} dengan t_{hitung} dalam pengujian hipotesis dalam uji t menggunakan rumus:

$$T_{tabel} = t(\alpha/2; n-k)$$

Dimana:

α= *Level of Significant* (5%)

n = Jumlah Sampel Penelitian

k= Jumlah variabel (bebas dan terikat)

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Bank Syariah Bukopin terletak di Ruko Gateway Blok A5-6 Jalan Waru Sidoarjo 61254. Bank Syariah Bukopin ini memiliki letak lokasi yang sangat strategis yaitu berada di pinggir jalan raya dan dekat dengan pusat pembelanjaan seperti mall Giant Waru, *MCD Donald*, restoran Pujasera. Lokasi di pinggir jalan tersebut tentunya akan mudah di jangkau dan diketahui oleh masyarakat umum yang sengaja atau tidak sengaja melintas.

B. Profil Bank Syariah Bukopin Sidoarjo

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Bukopin Sidoarjo

Bank Syariah Bukopin selanjutnya disebut Perseroan sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip Syariah bermula dengan masuknya PT Bank Bukopin Tbk. Dalam perkembangannya terdapat program penyehatan PT Bank Perserikatan Indonesia tambahan modal dan asistensi oleh PT Bank Bukopin Tbk. Selanjutnya pada Tahun 2008 memperoleh izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip Syariah melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 10/KEP.GBI/DPG/2008 tanggal 27 oktober 2008 tentang pemberian izin perubahan kegiatan usaha Bank Konvensional menjadi Bank Syariah dan perubahan nama PT Bank Perserikatan Indonesia menjadi PT Bank Syariah Bukopin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. **Visi dan Misi Bank Syariah Bukopin Sidoarjo**

a) **Visi Bank Syariah Bukopin**

Menjadi Bank Syariah pilihan dengan pelayanan terbaik.

b) **Misi Bank Syariah Bukopin**

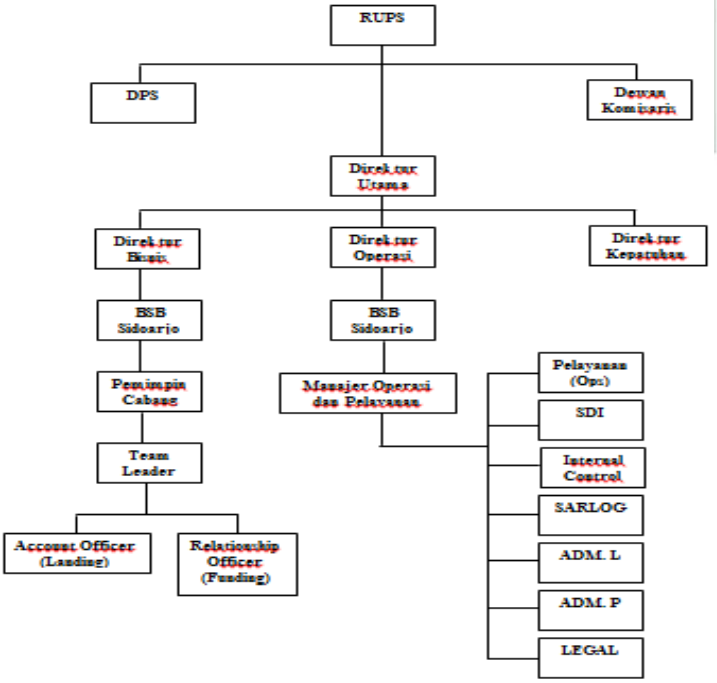
1. Meningkatkan pelayanan terbaik bagi nasabah.
2. Membentuk sumber daya insani yang profesional dan amanah.
3. Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM).
4. Meningkatkan nilai tambahan kepada *Stakeholder*.

C. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas Bank Syariah Bukopin Sidoarjo

1) Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin Sidoarjo

Gambar 4.1

Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) **Deskripsi Tugas Bank Syariah Bukopin Sidoarjo**

a. Pimpinan Cabang

Mengoordinasikan dan melakukan peningkatan kinerja cabang untuk mencapai target cabang yang telah ditetapkan oleh kantor pusat.

b. *Account Officer*

Menerima atau melayani permohonan fasilitas pembiayaan dan memproses permohonan sesuai dengan ketentuan kepada kebijakan pembiayaan PT BSB, target market, pengembangan produk.

c. *Relationship Officer*

Mencari dana masyarakat dalam bentuk tabungan, giro,deposito dan memasarkan produk/jasa Bank kepada masyarakat luas baik secara individu atau kelompok.

d. Manager Operasional dan Pelayanan.

e. *Teller Staff*

Melayani nasabah untuk menerima dan membayarkan dananya sesuai dengan limitasi yang diberikan oleh pejabat yang berwenang dan sebagai *Alternite Customer Service.*

f. *Customer Service*

Melayani seluruh permintaan nasabah baik membuka dan menutup rekening tabungan, giro, deposito, serta menginformasikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk-produk Bank dan menerima komplain atau keluhan dari nasabah melalui media telepon atau tertulis.

g. Sumber Daya Insani

Melakukan proses penggajian karyawan dan pembayaran pajak PPH 21 juga Jamsostek karyawan, monitoring absensi, recruitment karyawan dan semua pelanggaran yang dilanjutkan deengan pelaksanaan sanksi.

h. *Internal Control*

Monitoring pelaksanaan operasional sesuai dengan prosedur yang berlaku.

i. Sarana dan Logistik

1) Memastikan sarana dan prasarana siap dan berfungsi dengan baik.
2) Menjalankan fungsi operasional dalam memberikan pelayanan kepada pihak intern maupun ekstern.
3) Membukukan transaksi harian yang terkait dengan Sarlog.
4) Melakukan koordinasi Sarlog.
5) Menjaga tampilan Gedung kantor dan sarana pendukung lainnya untuk untuk tetap dalam kondisi baik.
6) Membuat laporan baik untuk kebutuhan intern maupun ekstern.
7) Melakukan pengadaan inventaris kantor, barang cetakan,alat tulis kantor.
8) Membina hubungan baik dengan pihak luar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. ADML

Membuat laporan:

1) Laporan intern: PYD, KAP, *interent*, monitoring tunggakan margin dan tawidh, 50 debitur terbesar dan 10 debitur terkait, 15 debitur inti, asset sales, klasifikasi.

2) Laporan ekstern: LBUS, SID.

k. ADMP

1) Melakukan dropship pembiayaan, perpanjangan pembiayaan, penurunan out standing dan pelunasan pembiayaan.

2) Dropping Bank Garansi, penyelesaian Bank Garansi, pembebanan kewajiban debitur.

3) Pembuatan laporan PYD, KAP, PPAP, tunggakan debitur.

4) Penutupan asuransi jaminan dan asuransi jiwa debitur.

l. Legal

1) Membuat analisa yuridis atas keabsahan atas subyek hukum dan jaminan pembiayaan.

2) Mempersiapkan pelaksanaan pengikatan pembiayaan.

3) Memeriksa kelengkapan dokumen pembiayaan untuk proses *dropping*.

D. Produk dan Aplikasi Akad Bank Syariah Bukopin Sidoarjo

1. Produk Pendanaan

a) Tabungan IB Siaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Simpanan pada perseroan untuk perorangan dalam bentuk mata uang rupiah. Penarikannya dapat dilakukan secara sewaktu-waktu dengan cara tertentu yang telah dipersyaratkan.

b) Tabungan IB Rencana

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis.

c) Tabungan IB Siaga Bisnis

Simpanan yang diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha, yang penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet,giro atau media lainnya yang dipersamakan dengan itu.

d) Tabunganku IB

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh Bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

e) Tabungan Simpel IB

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara bersama oleh seluruh Bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f) Deposito IB

Jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dengan pihak bank.

g) Giro IB

Simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau sarana perintah pembayaran lainnya atau melalui pemindahbukuan lainnya.

h) Giro IB Matik

Fasilitas pemindahbukuan secara sistem dari tabungan untuk memenuhi kekurangan dana pada rekening Giro IB serta pemindahbukuan dari rekening tabungan IB atau sebaliknya untuk optimalisasi dana nasabah.

2. **Produk Pembiayaan**

a) Pembiayaan IB Jual-Beli (Murabahah)

Jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

b) Pembiayaan IB Bagi Hasil (Musyarakah)

Kerjasama dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan atau karya, keahlian dengan kesepakatan keuntungan dan resiko menjadi tanggungan bersama sesuai kesepakatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Pembiayaan IB Bagi Hasil (Mudharabah)

Kerjasama antara pemilik modal dan pengelola untuk suatu usaha tertentu dengan kesepakatan bagi hasil.

d) Pembiayaan IB Pinjaman (Qardh)

Pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

e) Pembiayaan IB Kepemilikan Mobil (IB KPM)

Fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil yang menggunakan akad murabahah, yaitu jual beli barang sebesar harga peroleh ditambah dengan margin yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

f) Pembiayaan IB Kepemilikan Properti (IB KP)

Pembiayaan konsumsi yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian rumah tapak, rumah susun, rumah toko dan rumah kantor.

g) Pembiayaan IB kepada Koperasi Karyawan/ Pegawai untuk Anggota (IB K3A)

Pembiayaan yang diberikan oleh perseroan kepada koperasi karyawan (kopdar), koperasi pegawai, koperasi pegawai negeri (KPN) atau koperasi sejenis lainnya yang dieruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h) Pembiayaan IB Kepada Koperasi Primer untuk Anggotanya (KKPA *Relending Syariah*)

Pembiayaan dengan prinsip Syariah dalam bentuk investasi dan modal kerja kepada koperasi primer untuk diteruskan kepada anggotanya. Dengan sumber dana berasal dari kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) yang dikelola oleh PT Permodalan Nasional Madani (PNM).

i) Pembiayaan IB Jaminan Tunai

Pemberian pembiayaan dengan jaminan *Cash Collateral* yang ada di perseroan dan diblokir sampai dengan pembiayaan lunas.

j) Pembiayaan IB Pola *Channeling*

1. Pembiayaan IB Mobil

Pola *Channeling* melalui *Multifance* adalah pembiayaan pemilikan kendaraan kepada *End User* yang dilakukan melalui perusahaan *Multifance* yang dapat dilakukan secara pembiayaan bersama *Joint Financing* atau pembiayaan penuh (*Full Financing*).

2. Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pola *Channeling* melalui koperasi adalah pembiayaan yang diberikan perseroan kepada pensiunan atau janda atau duda karena penerima pensiun meninggal yang menerima uang pensiun secara rutin setiap bulannya yang dilakukan melalui koperasi.Pensiunan dimaksud

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meliputi pensiunan PNS, TNI, Polri yang mendapatkan uang pensiun dari negara.

3. **Produk Layanan**

a) *Safe Deposit Box IB* (SDB IB)

Fasilitas jasa bagi nasabah untuk menyimpan barang-barang berharga dan dokumen pribadi yang rahasia dengan sistem pengamanan berteknologi modern.

b) Transfer

Produk jasa yang disediakan perseroan untuk memindahkan sejumlah dana atas perintah si pemberi amanat dari kantor Cabang Perseroan kepada penerima transfer pada Bank lain atau pemindahan dana dari Bank lain untuk nasabah perseroan sebagai penerima.

c) Kliring

Produk jasa yang disediakan untuk menjembatani tukar-menukar surat berharga (cek, bilyet, giro, warkat) yang diterbitkan perbankan antara bank-bank yang menjadi anggota kliring. Dimana anggota kliring tersebut ditentukan oleh Bank Indonesia.

d) RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Suatu sistem transfer dana dalam mata uang rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara online antar peserta pertransaksi secara individual dimana sistem BI-RTGS diselenggarakan Bank Indonesia.

e) *Payment Point*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fasilitas jasa Perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran atas tagihan-tagihan yang bersifat rutin.

f) Bank Garansi IB

Jaminan dalam bentuk warkat yang diterbitkan oleh Bank yang mengakibatkan kewajiban membayar terhadap pihak yang menerima jaminan apabila pihak yang dijamin cidera janji (wanprestasi).

g) Kartu ATM Bank Syariah Bukopin

Fasilitas layanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi Perbankan dengan perangkat mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) Yang dimiliki atau ditunjuk oleh perseroan.

h) Halo BSB 1500 666

Fasilitas layanan kepada nasabah untuk dalam memberikan layanan informasi dan penanganan Perbankan dengan menggunakan perangkat telepon.

i) *Cash Management*

Layanan Perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan akses *Inquity* saldo dan transaksi secara *Real Time On-Line* melalui terminal komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan etrsentralisasi.

j) Penerimaan Setoran Wakaf Uang

Menerima wakaf yang dilakukan seseorang kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang yang dapat dikelola

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara produktif oleh nadzir dan hasilnya dimanfaatkan untuk kesejahteraan ekonomi umat.[65]

E. Jenis-Jenis Undian Berhadiah Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo

Ada beberapa macam undian berhadiah yang di selenggarakan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo sebagai berikut:[66]

Tabel 4.2

Kategori Hadiah Bank Syariah Bukopin

MainPrize (Hadiah Utama Ke-2)	GrandPrize (Hadiah Utama Ke-1)	Hadiah Hiburan/Tambahan
- 2 unit peugeot scooter. - 3 paket umroh . - 3 unit honda vario 125 CBS. - 4 buah camera go pro hero 4. - 4 buah ipad air. - 5 buah notebook HP. - 5 buah samsung galaxy tab s. - 6 buah sharp LED tv aquos 32. - 6 buah samsung galaxy j2.	1 Unit Jeep Wrangler Rubicon.	- Voucer Pembukaan Rekening Tabungan. - Voucer makan. - Payung

Sumber: Data Primer Hasil Wawancara

F. Karakteristik Responden

Pengelompokkan masyarakat didasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, ras, agama, lokasi geografik dan sebagainya. Sedangkan karakteristik nasabah yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, lama

[65] Bank Syariah Bukopin, *Annual Report Bank Syariah Bukopin 2015*, (Jakarta: T.P, 2016), 46.
[66]Imam Mustain Bagian SDI, *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo, pada tanggal 3 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menabung, serta penghasilan. Hasil karakteristik responden akan dijelaskan dalam tabel berikut:

1. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di Bank Syariah Bukopin sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi Jumlah (n)	Persen (%)
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

Sumber: data primer hasil penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah 100 responden dengan Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 44 responden atau sebesar 44 % dan responden perempuan berjumlah 56 atau sebesar 56 % responden. Sehingga dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan.

Gambar 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Umur Responden

Dalam membedakan usia responden, peneliti membagi menjadi 5 kategori umur. Berdasarkan hasil penelitian tentang umur responden dapat dilihat dari table berikut berikut:

Tabel 4.5

Umur Responden

Umur	Frekuensi Jumlah (n)	Persen(%)
≤ 20 tahun	4	4%
20-29 tahun	30	30%
30-39 tahun	26	26%
40-49 tahun	25	25%
≥ 50 tahun	15	15%
Total	100	100%

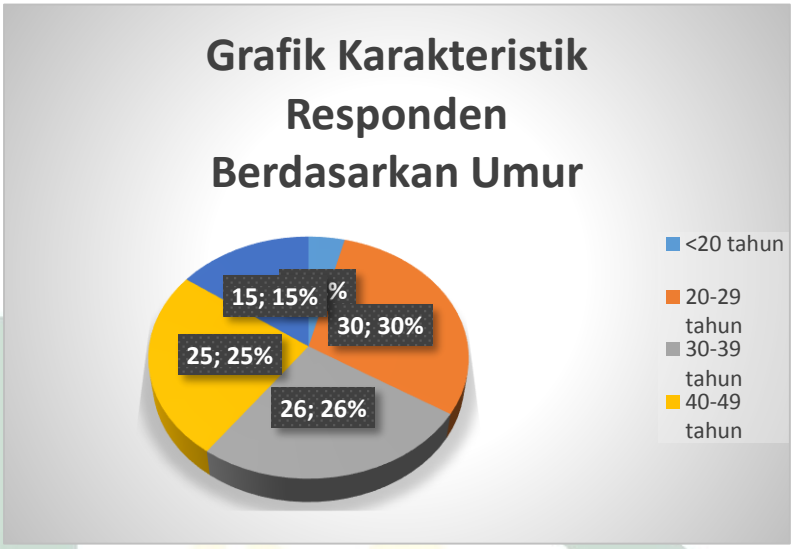
Sumber: data primer hasil penelitian

Dari tabel diatas di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah 100 responden dengan Jumlah responden yang terbanyak berusia 20-29 tahun yaitu berjumlah 30 responden atau sebesar 30%. Sedangkan responden paling sedikit adalah responden dengan usia kurang dari 20 tahun yaitu berjumlah 4 orang atau 4%. Sisanya berumur 30-39 berjumlah 26 responden atau 26% dan berumur ≥ 50 tahun berjumlah 15 atau 15 % responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur



3. Pendidikan Terakhir

Dalam membedakan Pendidikan responden, peneliti membagi menjadi kategori pendidikan. Yaitu SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Berasarkan hasil penelitian tentang Pendidikan responden, dapat dilihat dari table berikut berikut:

Tabel 4.7

Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	frekuensi jumlah (n)	persen(%)
Smp	20	20%
Sma	45	45%
perguruan tinggi	35	35%
Total	100	100%

Sumber: Data primer hasil penelitian

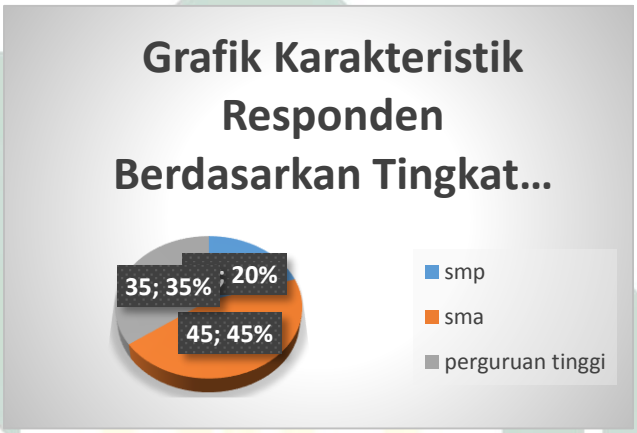
Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah 100 responden. Responden terbanyak memiliki Pendidikan setingkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SMA dengan jumlah 45 orang atau 45%. Sedangkan yang paling sedikit adalah responden dengan Pendidikan SMP yaitu sebanyak 20 orang atau 20% responden. Untuk responden yang perguruan tinggi sebanyak 35 orang atau 35%.

Gambar 4.8

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan



4. Lama Menabung

Dalam melihat karakteristik responden berkaitan dengan lama menabung respnden, peneliti membagi menjadi 3 kategori. Yaitu kurang dari 3 tahun, antara 3 tahun sampai dengan 5 tahun dan lebih dari 6 tahun. Berdasarkan hasil penelitian tentang lama menabung responden dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Lama Menabung Responden

Lama Menabung	Frekuensi Jumlah (n)	Persen(%)
≤ 3 tahun	25	25%
3-5 tahun	33	33%
≥ 6 tahun	42	42%
Total	100	100%

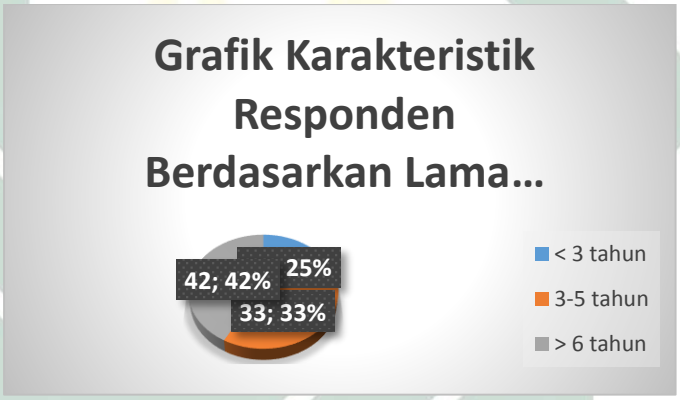
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber: data primer hasil penelitian

Dari tabel diatas di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah 100 responden. Responden terbanyak adalah responden yang telah menabung selama lebih dari 6 tahun dengan jumlah 42 orang atau 42%. Sedangkan yang paling sedikit adalah responden dengan lama menabung≤ 3 tahun dengan jumlah 25 atau 25 %. Sisanya menabung 3 tahun-5 tahun dengan jumlah 33 atau 33 %.

Gambar 4.10

Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menabung



5. Penghasilan

Dalam melihat karakteristik responden dilihat dari peneliti terbagi menjadi 3 kategori. Berdasarkan hasil penelitian tentang penghasilan responden, dapat dilihat dari table berikut berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.11

Penghasilan Responden

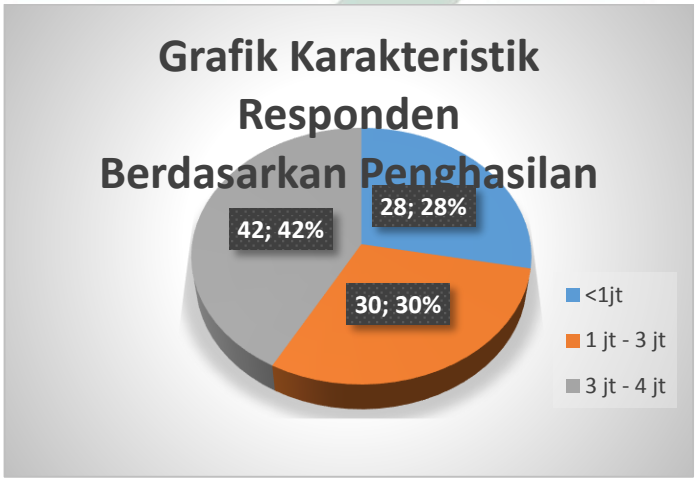
Penghasilan	Frekuensi jumlah (n)	Persen(%)
≤ 1jt	28	28%
1 jt - 3 jt	30	30%
3 jt - 4 jt	42	42%
Totsl	100	100%

Sumber: data primer hasil penelitian

Dari tabel diatas di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel adalah 100 responden. Responden terbanyak adalah responden yang mendapatkan penghasilan 3juta-4 juta dengan jumlah 42 orang atau 42%. Sedangkan yang paling sedikit adalah responden dengan penghasilan ≤ 1 juta dengan jumlah sebanyak 28 orang atau 28% responden. Sisanya yaitu 30 responden mendapat penghasilan 1 juta-3 juta.

Gambar 4.12

Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Tanggapan Responden

1. Tanggapan Responden Mengenai Program Undian Berhadiah (X)

a. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Undian Berhadiah Menarik.

Tabel 4.13

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator

Undian Berhadiah Menarik

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	43	43%
2.	Setuju	30	30%
3.	Ragu-ragu	27	27%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat tidak setuju	0	0%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah sampel 100 responden mengenai indikator undian berhadiah menarik dapat disimpulkan 43 responden memilih jawaban sangat setuju, 30 responden memilih jawaban setuju, dan 27 responden memilih jawaban ragu-ragu.

Dari hasil jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator undian berhadiah menarik.

b. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Proses Pengundian Hadiah Bersifat Transparan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.14

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Proses

Pengundian Hadiah Bersifat Transparan

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	51	51%
2.	Setuju	31	31%
3.	Ragu-ragu	17	17%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat tidak setuju	1	1%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah sampel 100 responden mengenai indikator proses pengundian hadiah bersifat transparan dapat disimpulkan 51 responden memilih jawaban sangat setuju, 31 responden memilih jawaban setuju, 17 responden memilih jawaban ragu-ragu, dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator proses pengundian hadiah bersifat transparan.

c. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kesempatan Memenangkan Hadiah.**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.15

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kesempatan Memenangkan Hadiah

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	28	28%
3	Ragu-ragu	29	29%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	4	4%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah 100 sampel responden mengenai indikator kesempatan memenangkan hadiah dapat disimpulkan 38 responden memilih jawaban sangat setuju, 28 responden memilih jawaban sangat setuju, 29 responden memilih jawaban ragu-ragu, 1 responden memilih jawaban tidak setuju, dan 4 responden memilih jawaban sangat tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator kesempatan memenangkan hadiah.

d. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator Waktu Pelaksanaan Undian Berhadiah Jelas.**

Tabel 4.16

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Waktu Pelaksanaan Undian Berhadiah Jelas

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	73	73%
2.	Setuju	17	17%
3.	Ragu-ragu	10	10%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah sampel 100 responden mengenai indikator waktu pelaksanaan undian berhadiah jelas dapat disimpulkan 73 responden memilih jawaban sangat setuju, 17 responden memilih jawaban setuju,dan 10 responden memilih jawaban ragu-ragu.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator waktu pelaksanaan undian berhadiah jelas.

e. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator Adanya Kesempatan Mengikuti Kembali Dimasa Yang Akan Datang.**

Tabel 4.17

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Adanya Kesempatan Mengikuti Kembali Dimasa Yang Akan Datang

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	66	66%
2.	Setuju	21	21%
3.	Ragu-ragu	13	13%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah sampel 100 responden mengenai indikator adanya kesempatan mengikuti kembali dimasa yang akan datang dapat disimpulkan 66 responden memilih jawaban sangat setuju, 21 responden memilih jawaban setuju, dan 13 responden memilih jawaban ragu-ragu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator adanya kesempatan mengikuti kembali dimasa yang akan datang.

2. **Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Nasabah Menabung (Y)**

a. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator Harga**

Tabel 4.18

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Harga

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	33	33%
2.	Setuju	44	44%
3.	Ragu-ragu	22	22%
4.	Tidak Setuju	1	1%
5.	Sangat tidak setuju	0	0%

Sumber: Data Primer Hasil penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah 100 sampel responden mengenai indikator harga dapat disimpulkan 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 44 responden memilih jawaban setuju, 22 responden memilih jawaban ragu-ragu,dan 1 responden memilih jawaban tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator harga.

b. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Service* Yang Ditawarkan.**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.19

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Service* Yang Ditawarkan

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	63	63%
2.	Setuju	12	12%
3.	Ragu-ragu	24	24%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah 100 sampel responden mengenai indikator *service* yang ditawarkan dapat disimpulkan 63 responden memilih jawaban sangat setuju, 12 responden memilih jawaban setuju, 24 responden memilih jawaban ragu-ragu, dan 1 responden memilih jawaban sangat tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator *Service* yang ditawarkan.

c. **Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lokasi Strategis**.

Tabel 4.20

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lokasi Strategis

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	52	52%
2.	Setuju	30	30%
3.	Ragu-ragu	16	16%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat tidak setuju	2	2%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dati tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah sampel 100 responden mengenai indikator lokasi strategis dapat disimpulkan 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden memilih jawaban sangat setuju, 30 responden memilih jawaban setuju, 16 responden memilih jawaban ragu-ragu, dan 2 responden memilih jawaban sangat tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator lokasi strategis.

d. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kemampuan Tenapa Penjual.

Tabel 4.21

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kemampuan Tenaga Penjual

NO	Opsi Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Setuju	33	33%
2.	Setuju	44	44%
3.	Ragu-ragu	22	22%
4.	Tidak Setuju	1	1%
5.	Sangat tidak setuju	0	0%

Sumber: Data Primer Hasil Penelitian

Dari tabel diatas hasil tanggapan dari jumlah 100 sampel responden mengenai indikator kemampuan tenaga penjual dapat disimpulkan 33 responden memilih jawaban sangat setuju, 44 responden memilih jawaban setuju, 22 responden memilih jawaban ragu-ragu, dan 1 responden memilih jawaban tidak setuju.

Hasil dari jawaban responden dapat dikatakan positif karena lebih dari 50% responden menyatakan setuju mengenai pernyataan indikator kemampuan tenaga penjual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Produk Moment Pearson.* Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pernyataan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Jika r hitung lebih dari r tabel (uji 2 sisi dengan signifikan 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid.

a. Variabel Program Undian Berhadiah (X)

Untuk mengetahui soal valid atau tidak valid, dilihat nilai korelasi lalu dibandingkan dengan tabel korelasi Product Moment untuk dk= n- 2= 100-2= 98. Penafsiran validitas instrument setelah didapatkan hasil perhitungan adalah jika r hitung lebih dari r tabel. R tabel didapatkan dari tabel nilai dengan derajat kebebasan (dk) = n-2. N adalah jumlah responden (dalam hal ini jumlah n adalah 100) dan signifikan (taraf kesalahan) yang dipergunakan yaitu 5% maka didapatkan nilai r rabel sebessar 0,1966. Tabel uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.22

Uji Validitas Undian Berhadiah

No Item	Coefisien Korelasi	R Tabel	Keterangan
P1	0,571	0,1966	Valid
P2	0,718	0,1966	Valid
P3	0,581	0,1966	Valid
P4	0,623	0,1966	Valid
P5	0,741	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS.

b. Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Untuk mengetahui soal yang valid dan tidak valid dilihat nilai korelasi lalu dibandingkan dengan table *Corelasi Product Moment* untuk dk=n-2=100-2=98. Penafsiran validitas instrumen setelah didapatkan hasil perhitungan adalah jika r tabel lebih dari r hitung. R table didapatkan dari tabel nilai dengan derajat kebebasan (dk)=n-2. N adalah jumlah responden (dalam hal ini jumlah n adalah 100) dan signifikan taraf kesalahan yang dipergunakan yaitu 5% maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,1966. Tabel hasil validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Uji Validitas Keputusan Nasabah Menabung

No Item	Coefisien Korelasi	R Tabel	Keterangan
P1	0,894	0,1966	Valid
P2	0,510	0,1966	Valid
P3	0,728	0,1966	Valid
P4	0, 894	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil uji yang diperlihatkan seluruh item pernyataan yang diberikan memiliki nilai koefisien korelasi diatas R tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dapat dikatakan valid.

H. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasilnya suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam pengukuran terhadap kelompok subyek hasil relatif sama, kalaupun aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Pengertian relatif menunjukkan bahwa toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil pengukuran. Bila perbedaan itu besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran itu tidak dapat dipercaya atau tidak reliabel.

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh angka yang disebut dengan koefisien reliabilitas. Jika alpha 0,6 maka reliabilitas buruk. Jika alpha antara 0.60-0.79 maka reliabilitas diterima. Jika alpha 0,08 reliabiltas baik. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 4.24

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Undian Berhadiah	0,729	5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keputusan Nasabah	0,628	4

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas didapatkan angka reliabilitas *Cronbach Alpha* sebesar antara 0,628-0,729. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian memiliki reliabilitas yang dapat diterima.

I. Uji Normalitas

Sebagaimana telah dikemukakan bahwa pemeriksaan normalitas ini dimaksutkan untuk mengetahui kelayakan variabel bebas untuk memprediksi variabel Y. Disamping itu juga untuk mengetahui dalam sebuah model regresi variabel dependen. variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi data normal atau mendeteksi normalitas data. Adanya gejala ketidak normalan data akan menyebabkan data yang dianalisis menjadikan pengujian tidak signifikan lagi. Teknik yang dapat digunakan untuk mengujinya dengan menganalisis koefisien korelasi variabel bebas dengan Y. Dimana jika Uji Z dari Uji *Kolmogorof Smirnov* yang diperoleh memiliki nilai signifikan di atas 0,05 maka persebaran data dari variabel yang diuji normal. Hasil Uji *Kolmogorof Smirnov* disajikan pada tabel dibawah ini:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.25

Nilai Periksaan Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	X	Y
Kolmogorov-Smirnov Z	1.221	1.257
Asymp.Sig.(2-tailed)	.102	.085

Sumber : Lampiran, Data diolah dari perhitungan SPSS.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa persebaran dari masing-masing variabel yaitu Program Undian Berhadiah (X) dan Keputusan Nasabah Menabung (Y) memiliki nilai uji *Kolmogorof Smirnov* Z dengan nilai signifikan diatas 0,05 yaitu Program Undian Berhadiah (X) dengan nilai signifikan 0,102 dan Keputusan Nasabah yaitu Undian berhadiah (X) dengan nilai signifikansi 0,102 dan Keputusan Nasabah Menabung (Y) dengan nilai 0,085 sehingga persebaran data masing-masing variabel dinilai Normal.

J. Uji Regresi Sederhana

Hasil analisis variabel Program Undian Berhadiah (X) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) dengan menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.26

Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.127	1.638		2.519	.013
	X	.589	.075	.620	7.817	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran, Data diolah dari perhitungan SPSS

Sehingga persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Y= a+ bX+ e

Y=4,127+0,589

Sehingga persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 4,127 hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabelX0 maka nilai variabel y adalah sebesar 4,127.

b. Koefisien regresi variabel Keputusan Nasabah sebesar o,589 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan, maka nilai partisipan akan mengalami peningkatan sebesar 0,589.

Tabel 4.27

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

R	R Square	Adjusted R Square
.602[a]	.348	.378

a. Predictors(constant),undian berhadiah

b. Dependent Variabel:Keputusan Nasabah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.28 menunjukkan hasil dari nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,602. Koefisien korelasi digunakan untuk meengetahui keeratan hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Terdapat lima pedoman yang menunjukkan kuat lemahnya hubungan korelasi antar variabel. Berikut merupakan tabel koefisien korelasi.[67]

Tabel 4.28

Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Kuat- Lemahnya Korelasi
± 0,81 hingga ± 1,00	Sangat Kuat
± 0,61 hingga ± 0,80	Kuat
± 0.41 hingga ± 0,60	Sedang
± 0,21 hingga ± 0,40	Lemah
± 0,00 hingga ± 0,20	Tidak Ada Hubungan

Dari hasil nilai koefisien korelasi yaitu 0,602 ini dapat dikatakan bahwa hubungan kedua variabel penelitian ini ada dikategori sedang.

Dari hasil koefisien korelasi diatas juga terdapat analisis determinasi 0,348 atau 34,8% sedangkan sisanya sebesar 65,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

K. Uji T

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa diduga variabel Program Undian Berhadiah (X) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) maka dalam penelitian

[67] Joseph F. Hair JR, *Multivariate Data Analisis Edisi* 5,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini melihat besarnya masing-masing nilai t hitung dari variabel bebas dengan tahapan sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan:

$H_0 : \lambda_1 = \lambda_2 = 0$

$H_1 : \lambda_1 \neq \lambda_2 \neq 0$

1. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis:

   Jika probabilitas α 0,05 dan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima .

   Jika probabilitas α 0,05 dan jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

2. Hasil Pengujian Dan Keputusan

   Ketentuan penetapan nilai t_{tabel} pada SPSS dengan tingkat signifikan pada 5% dan DF=N-Variabel=100-2=98 sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984.

   Adapun signifikan dari masing-masing koefisien diuji dengan menggunakan uji t_{Test} tampak pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.29

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.127	1.638		2.519	.013
	X	.589	.075	.620	7.817	.000

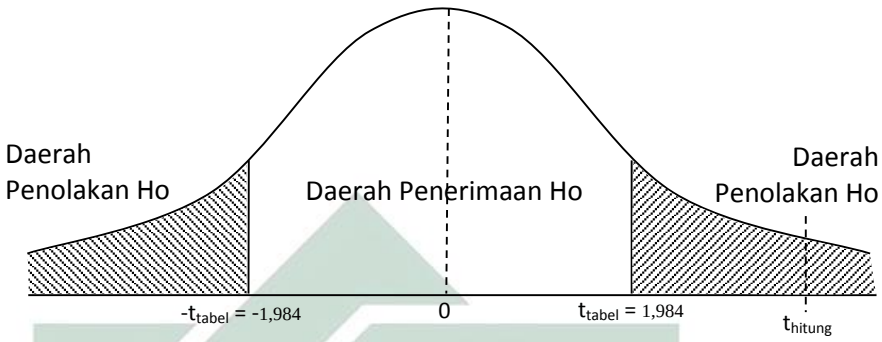
a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.30

Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho



Dari tabel diatas dapat diketahui hasil koefisien t_{Hitung} menunjukkan bahwa variabel Program Undian Berhadiah (X) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,519 ≥ nilai t_{tabel} 1,984. Sedangkan pada kolom Sig (Significance) dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Program Undian Berhadiah (X) memiliki angka signifikan 0,000 dibawah 0,05. Sehingga H_o ditolak dan H_1 diterima yang berarti memiliki makna bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

C. Pendapat responden tentang Program Undian Berhadiah dan alasan Memutuskan Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo (wawancara).

pendapat dari nasabah Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo mengenai Program Undian Berhadiah mendapatkan respon yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif. Berikut ini beberapa pendapat nasabah Bank Syariah Bukopin mengenai Program Undian Berhadiah.

1. Ridwan, nasabah Bank Syariah Bukopin mengatakan[68]:

   Saya sangat senang dengan adanya Program Undian Berhadiah terutama dalam hal penyediaan berbagai jenis hadiah yang sangat menarik serta berbeda dari Bank yang lain. Undian Berhadiah juga menjadi salah satu faktor saya untuk memutuskan Menabung di Bank Syariah Bukopin. Penyediaan hadiah tidak hanya berlaku untuk pengundian saja melainkan nasabah yang membuka saldo rekening tabungan akan langsung mendapatkan hadiah hiburan.

2. Nurul Jannah, nasabah Bank Syariah Bukopin mengatakan:

   Saya senang menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin karena adanya hadiah-hadiah menarik dan sangat bervarian untuk nasabah yang membuka saldo rekening tabungan sehingga saya memutuskan untuk menyimpan dana di Bank Syariah Bukopin. Walaupun tidak semua nasabah dapat memenangkan hadiah yang diundi sehendaknya mendapat hadiah hiburan yang tanpa diundi[69].

3. Fahrizal, nasabah Bank Syariah Bukopin mengatakan[70]:

   Bagi saya Undian Berhadiah yang diselenggarakan Bank Syariah Bukopin sangatlah bagus sekali dan berbeda dari Program Undian Berhadiah yang ada di Bank lainnya. Syarat untuk dapat mengikuti

[68] Ridwan, nasabah Bank Syariah Bukopin, *wawancara*, Sidoarjo, 3 Januari 2018.
[69] Nurul Jannah, nasabah Bank Syariah Bukopin, *wawancara*, Sidoarjo, 3 Januari 2018.
[70] Fahrizal, nasabah Bank Syariah Bukopin, *wawancara*, Sidoarjo, 3 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Undian Berhadiah juga sangat mudah yaitu dengan menabung saldo rekening minimal RP. 100,000,00 kemudian teller memberikan sebuah kupon undian. Harapan saya mudah-mudahan Program Undian Berhadiah ini dapat lebih menjadikan Bank Syariah Bukopin sebagai pilihan yang terbaik dalam memutuskan untuk menabung.

4. Cintya, nasabah Bank Syariah Bukopin mengatakan[71]:

   Keputusan saya untuk menabung di Bank Syariah Bukopin sudah sangat tepat karena adanya Undian Berhadiah yang sangat menarik serta penyediaan hadiah banyak untuk nasabah. Syarat untuk bisa mengikuti Undian Berhadiah sangat mudah dan tidak rumit. Cukup dengan menabung minimal saldo RP. 100,000,00 sudah bisa mendapat kupon undian yang nantinya akan diacak pada periode tertentu. Disini para nasabah tidak hanya bisa mempunyai kesempatan mendapat hadiah secara diundi saja, melainkan ada penyediaan hadiah bagi nasabah yang membuka saldo rekening tabungan tanpa diundi.

Berdasarkan pendapat dari beberapa nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah mengerti tentang Program Undian Berhadiah. Mereka memutuskan untuk menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo karena undian berhadiahnya berbeda dari Bank yang lainnya. Adanya hadiah hiburan tanpa diundi membuat nasabah semakin senang Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

[71] Cintya, nasabah Bank Syariah Bukopin, *wawancara*, Sidoarjo, 3 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

A. PENGARUH PROGRAM UNDIAN BERHADIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG di BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SIDOARJO

Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan pada bab sebelumnya, maka pembuktian hasil hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Program Undian Berhadiah memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,519 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 dengan nilai probabilitas 0,000 berarti kurang dari 0,05 maka H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

   Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa semakin menarik program undian berhadiah yang diterapkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo, maka semakin meningkatkan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

   Keputusan nasabah mengikuti program undian berhadiah merupakan suatu tindakan alternatif dalam memilih alternatif yang ada. Ada banyak alasan nasabah mengikuti Program Undian Berhadiah di Bank Syariah Bukopin dan salah satunya karena undian berhadiahnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bervarian dan sangat banyak dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Pernyataan ini merupakan hasil dari wawancara terhadap responden nasabah Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Dapat disimpulkan bahwa program undian berhadiah dapat mempengaruhi nasabah untuk menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo mengadakan program undian berhadiah dapat menarik para nasabah untuk memutuskan menabung diselenggarakan mulai berdirinya Bank Bukopin menjadi Bank Syariah Bukopin pada tahun 2008. Mudahnya syarat yang diberikan membuat para nasabah memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan hadiah tersebut. Nasabah dapat menabung dengan saldo rata-rata yang sangat terjangkau yaitu minimal RP 100,000 dan mendapatkan 1 poin undian berlaku kelipatan pada saldo rekening tabungan dan diundi 2x dalam setahun selama 3 periode[72]. Peserta Program Undian Berhadiah adalah Nasabah individu atau perusahaan pemilik rekening Tabungan IB Siaga atau Tabungan IB Siaga Bisnis dengan status rekening aktif atau rekening pasif (saldo lebih dari 10 juta). [73] Dalam program undian berhadiah Bank Syariah Bukopin terbagi dalam 3 kategori yaitu *mainprize, Grandprize,* dan hadiah hiburan atau tambahan.

[72] Laporan BSB tahun 2017, 85.
[73] Brosur Bank Syariah Bukopin Berkah Siaga Berhadiah BSB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mainprize adalah undian berhadiah yang dilaksanakan mulai awal periode sampai akhir periode pada masing-masing program yaitu 16 Februari 2017-31 januari 2018 dan poin dihitung mulai dari awal sampai akhir pada masing-masing periode. Sedangkan *Grandprize* adalah undian berhadiah dilaksanakan di awal periode yaitu 16 Februari-30 November dan poin dihitung mulai awal periode program. [74]Bagi nasabah yang memenangkan hadiah akan ditelfon dengan pihak Bank Syariah Bukopin atau penyerahan hadiah secara langsung di Kantor Bank Syariah Bukopin. Untuk hadiah hiburan atau tambahan diberikan untuk seluruh nasabah yang membuka rekening tabungan dengan saldo minimal PR.100,000. pajak hadiah akan ditanggung oleh Bank Syariah Bukopin. [75]Pergelaran Program Undian Berhadiah di Bank Syariah Bukopin tidak hanya dilakukan pada kantor perusahaan melainkan digelar dalam acara event Syariah Bukopin di mall-mall Sidoarjo dan Surabaya seperti di Royal Plaza, *Suncity* mall Sidoarjo.

Sedangkan hasil penelitian koefisien determinasi menunjukkan bahwa kuatnya pengaruh variabel Program Undian Berhadiah (X) terhadap variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y) sebesar 0,348 atau 34,8%. Sedangkan sisanya sebesar 65,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

---

[74] Tari *Teller*, *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo, pada tanggal 5 Januari 2018.
[75] Imam Mustain Bagian SDI, *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo, pada tanggal 7 Januari 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Kotler promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh para konsumen. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo menerapkan strategi pemasaran melalui alat insentif salah satunya program undian berhadiah untuk menarik masyarakat (nasabah) dalam mengambil keputusan untuk menabung[76].

[76] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Macana Jaya Cermelang, 2007), 204.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul "Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Ada Pengaruh positif dan signifikan Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,519 lebih besar dibandingkan T_{tabel} sebesar 1,984. Variabel Program Undian Berhadiah memiliki angka signifikan 0,000 dibawah 0,05 sehingga Hipotesis diterima.
2. Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo sebesar 0,348 atau 34,8% Sedangkan sisanya sebesar 65, 2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini ada beberapa saran yang bisa disampaikan penulis sebagai bahan masukkan dan dapat bermanfaat untuk Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

1. Bagi Peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan terselesainya penelitian ini, diharapkan untuk peneliti selanjutnya menambah variabel dan jumlah sampel nasabah karena dalam penelitian ini memakai 1 variabel Dependen, 1 variabel Independen, dan 100 sampel nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Sebaiknya jangka waktu serta periode pengundian hadiah ditambah karena pengundian hanya dilakukan 2x dalam setahun dan hanya 3 periode saja. Untuk prosedur Program Undian Berhadiah sebaiknya tidak hanya berlaku bagi nasabah yang membuka rekening tabungan saja, melainkan juga berlaku untuk nasabah yang hanya transfer di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Pustaka

Arikunto. S. *Prosedur Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Inani Press, 2001.

Arifin, Zainul. *Dasar- dasar management Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet, 2002.

Al, Etwidyaningsih. *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*. Jakarta: Badan Penerbit FHUI, 2005.

Abdullah, Tamrin. *Manajemen Permasaran*. Jakarta: Rajawali Persabda, 2012.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

--------. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta,2006.

Bukopin Syariah, Bank. *Annual Report Bank Syariah Bukopin* . Jakarta: T.P, 2016.

Fahmi, Irham. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta, 2013.

--------. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005.

Hair, Joseph. *Multivariate Data Analisis Edisi Ke-5*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Huriyyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfaberta, 2005.

Keller, Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2007.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo, 2002.

Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Edisi Ke-12, 2005.

--------. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.

--------. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Macana Jaya Cemerlang, 2010.

Kahmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Penerbit Kencana, 2009.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keller, Kotler. *Management Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2009.

Kuncoro, Muhammad. *Metode Risert Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Kurniawan. *Undian Sebagai Strategi Pemasaran*. Surakarta: Fakultas Syariah IAIN Surakarta,2003.

Kotler, Philip. *Management Pemasaran*. Jakarta : PT.Gelora Aksara Pratama, 2008.

--------. *Management* Pemasaran *Jilid 1*. Jakarta : Prenhalindo, 2002.

--------. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2005.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2007.

Kuncoro, Muhammad. *Metode Risert Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Kurniawan, H. *Undian Berhadiah Sebagai Strategi Pemasaran*. Surakarta: Fakultas Syariah IAIN Surakarta, 2009.

Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001.

Kurniawan, Beni. *Metodologi Penelitian*. Tangerang: Jelajah Nusa, 2012.

Lapidus. Ira. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.

Mardani. *Fiqih Ekonomi Syariah dan Fiqih Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2012.

Maskuri, Asnawawi. *Metodologi Risert Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.

Muhammad. *Bank Syariah Analisis Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonesia, 2014.

Nadratuzzaman, Muhammad. *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malasyia*. Bandung: Persabda, 2001.

Novi Riskiyani, " *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*". Skripsi - Universitas Negeri Semarang, 2013.

Qawarhawi, Al-yusuf. *Fiqih Tasyrik*. Jakarta: Pustaka Al-kautsar, 1999.

Priyanto, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: PT Buku Kita, 2008.

--------. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Resito, Herman. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992.

Sutedi, Adrian. *Perbankan Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.

Saed, Abdullah. *Bank Islam dan Bunga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996.

Suhendi, Hendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persabda, 2008.

--------. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persabda, 2002.

Sutarso, Yudi. *Marketing In Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008.

--------. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2006.

Supranto. *Petunjuk Praktik Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqih*. Jakarta : Penerbit Kencana, 2008.

Saed, Abdullah. *Bank Islam dan Bunga*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 19961.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003.

Sopiah, Etta. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi, 2003.

Saifuddin, Amir. *Ushul Fiqih*. Jakarta : Penerbit Kencana, 2008.

Saabiq, Sayyidl. *Fiqih Sunnah*. Bandung : Al- Ma'arif, 1987.

Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 1993.

Sutedi, Adrian. *Perbankan Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2009.

Sudrajat, Ajat. *Fiqih Akrual 1. Yogyakarta*: STAIN Press Ponorogo, 2008

Tjiptono, Fandi. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Gramedia, 1997.

--------. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2017.

Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books, 2008

Wibowo, Edi. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia, 2005.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wijaya, Toni. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Zuhdi, Masjfuk. *Massal Fiqhiyat*. Jakarta: CV Haji Masagung, 1990.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id