

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

**PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING
ONLINE DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)**

S K R I P S I

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**NURZILAWATI
NIM: 502190064**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN J A M B I
2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurzilawati
NIM : 502190064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:
**PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING ONLINE
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA (STUDI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, Juni 2023
Pembuat Pernyataan,



Nurzilawati
502190064



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulfha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulfha Jambi

Jambi, Juni 2023

Pembimbing I : Dr. Rafidah,S.E.,M.E.I
Pembimbing II : Khusnul Istiqomah,S.E.Sy.,ME
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Jalan Jambi-Muaro Bulian KM.16, Simp, Sei Duren Jambi
Luar Kota,Muaro Jambi, Jambi 36361 Telp./Fax: (0741)
5831-584118 website: febi.uinjambi.ac.id

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi
Di-
Jambi

NOTA DINAS

Assalamu'alaikum Warohmatullahiwabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Nurzilawati, NIM. 502190064: yang berjudul "**PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING ONLINE DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)**" telah disetujui dan dapat diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

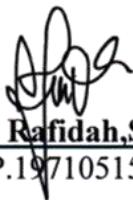
Maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik.

Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapkan terimakasih.Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

Wassalamu'alakum Warohmatullahi Wabarakatuh

Yang Menyatakan,

Pembimbing I



Dr. Rafidah,S.E.,M.E.I
NIP.19710515 199103 2 001

Pembimbing II



Khusnul Istiqomah,SE.Sy.,ME
NIDN. 2007068502

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-~~U~~D.V/PP.00.9/09/2023

Skripsi dengan judul “Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)” yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nurzilawati
NIM : 502190064
Tanggal ujian skripsi : 28 Juli 2023
Nilai munaqasyah : 73 (B)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji
Ketua Sidang

Drs. H. Sissah, S.Ag., M.H.I
NIP.196502151999011001

Penguji I

Bambang Kurniawan, S.P., M.E
NIP. 198104262015031002

Penguji II

Victor Diwantara, SE., MM
NIDN. 2019069203

Pembimbing I

Dr. Rafidah, SE., M.E.I
NIP. 197105151991032001

Pembimbing II

Khusnul Istiqomah, SE.Sy., ME
NIDN. 2007068502

Sekretaris Sidang

Dr. Solichah, SE., MM
NIDN. 0710057003

Jambi, September 2023
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Dekan

Dr. A.A. Miftah, M.Ag
NIP. 197311251996031001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan) nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya.Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu.”(QS.AT-TALAQ : 3)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji kehadiran ALLAH SWT. Atas segala nikmat yang telah diberikan baik itu kesehatan jasmani maupun rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Sholawat beriring salam tak lupa saya hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahilayah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta yang sudah bekerja keras untuk memberikan pendidikan terbaik kepada saya. Saya hanya dapat mendoakan agar ayah dan ibu selalu di berikan kesehatan dan umur yang panjang agar dapat melihat banyak proses saya dalam berkarir hingga kelak dapat mencapai kesuksesan yang dapat membuat orang tua saya bangga.

Terimakasih kepada Ibu Dr. Rafidah,S.E.,M.E.I selaku pembimbing I saya dan kepada Ibu Khusnul Istiqomah,S.E.Sy.,ME selaku pembimbing II saya, yang selama ini telah sabar dan selalu memberikan dukungan, semangat dan saran-saran terbaik kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih pula saya ucapkan kepada keluarga besar saya, kepada teman-teman yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan selalu memberikan doa serta dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Semoga setiap kebaikan yang Ibu, saudara/i, sahabat, dan teman-teman sekalian bisa menjadi amalan dan mendapat ganjaran yang setimpal dari ALLAH SWT. Aamiin Yaarobbal ‘Aalamiin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat sering dimanfaatkan oleh perusahaan, termasuk bank syariah, untuk meningkatkan pasar-pasarnya dengan menggunakan teknologi yang ada. Untuk meningkatkan pelayanan pada nasabahnya bank meluncurkan media layanan transaksi yang berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat ponsel atau *Personal Data Assistant/PDA*. Pada akhir tahun 2019 Bank Syariah Indonesia meluncurkan fitur pembukaan rekening online dilayanan aplikasi BSM. Untuk memperkenalkan fitur pembukaan rekening online ini agar dapat menarik minat nasabah kegiatan promosi merupakan hal yang penting dalam berkomunikasi dan mempengaruhi nasabah. Selain itu efektivitas pembukaan rekening online berupa kemudahan juga penting, karena langsung dirasakan dan digunakan oleh nasabah. Maka dari itu peneliti mengangkat judul pengaruh efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 mahasiswa, dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yang dimana dalam pemilihan sampel menggunakan kriteria tertentu sesuai fenomena dan kebutuhan yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang memiliki kriteria yang telah melakukan pembukaan rekening online. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas pembukaan rekening online (X_1) dan promosi pembukaan rekening online (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji f bahwa jumlah nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($175,351 > 3,093$). Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_3 diterima.

Kata Kunci: *Efektivitas Pembukaan Rekening Online, Promosi Pembukaan Rekening Online, Minat Menjadi Nasabah.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jember

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jember

ABSTRACT

The rapid development of technology is often used by companies, including Islamic banks, to increase their markets by using existing technology. To improve service to its customers, banks have launched information technology-based transaction service media, namely mobile banking. Mobile banking services make it easier for customers to carry out banking transactions via mobile devices or Personal Data Assistants/PDAs. At the end of 2019 Bank Syariah Indonesia launched an online account opening feature in the BSM application service. To introduce this online account opening feature in order to attract customers' interest, promotional activities are important in communicating and influencing customers. In addition, the effectiveness of opening an online account in the form of convenience is also important, because it is immediately felt and used by customers. Therefore the researcher raised the title of the influence of the effectiveness of opening online accounts and promotions on interest in becoming a customer of Bank Syariah Indonesia. This study used a quantitative method, the sample in this study were 97 students, with data collection techniques using purposive sampling techniques, in which the selection of samples used certain criteria according to the phenomena and needs studied. Data collection was carried out by distributing questionnaires to students who met the criteria for opening an online account. The results of this study indicate that the variable effectiveness of opening an online account (X1) and promoting online account opening (X2) together (simultaneously) has a significant effect on the intention to become a customer (Y). It can be seen from the results of the f test that the total value of $f_{count} > f_{table}$ ($175.351 > 3.093$). With a significance value of $0.000 < 0.05$ then H_0 is rejected H_3 is accepted.

Keywords: *Effectiveness of Online Account Opening, Promotion of Online Account Opening, Interest in Becoming a Customer.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jambi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT karena atas karunia dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Efektivitas Pemenbukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari isi maupun cara pengungkapannya. Dalam skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Rafidah,S.E.,M.E.Iselaku dosen pembimbing satu yang telah membimbing dengan sangat baik dan penuh ketelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta terimakasih pula kepada Ibu Khusnul Istiqomah,S.E.Sy.,ME selaku dosen pembimbing dua yang telah sabar dan memberi banyak arahan serta telah meluangkan waktu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H Su'aidi Asy'ari, MA., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddi Jambi.
3. Bapak Dr. A.A. Miftah, M.Ag., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar,S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan.
5. Ibu Titin Agustina Nengsih S.Si., M.Si., Ph.D selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Bapak Dr. Addiarrahman,S.H.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

6. Bapak Bambang Kurniawan,SP.,M.E selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Bapak Muhammad Subhan,S.Ag.,M.E. selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultahan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Seluruh dosen dan staff pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang telah mendidik penulis serta memberi pelayanan penulis dalam berbagai urusan penelitian.
8. Saudara Rahmat Ridho Putra,SE yang telah meluangkan waktu dan memeberikan banyak saran serta supportnya. Serta teman-teman, sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini, terimakasih banyak semoga setiap bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari ALLAH SWT dan kalian semua diberikan kelancaran dalam setiap urusannya.

Disamping itu penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu apabila terdapat kesalahan mohon dimaafkan. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memeberikan manfaat.

Jambi, 28 Juli 2023

Penulis



Nurzilawati
NIM. 502190064

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	11
B. Studi relavan.....	24
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis Penelitian.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Dan Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
C. Jenis Dan Sumber Data	32
D. Populasi Dan Sampe.....	32
E. Metode Penarikan Sampel.....	34
F. Instrument Penelitian.....	36
G. Definisi Operasional Variabel	38
H. Teknik Analisis Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian.....	46
B. Hasil Penelitian	49
C. Pembahasan Hasil Penelitian	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Implikasi	67
C. Saran	67

DAFTAR PUTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Aktif Tahun Akademik 2022-2023.....	3
Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka.....	25
Tabel 3.1	Skor Skala Likert	38
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1	Jumlah Responden	49
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Efektivitas	50
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Prmosi	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah BSI.....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.6	Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.7	Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (f)	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur-fitur BSI Mobile	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jambi



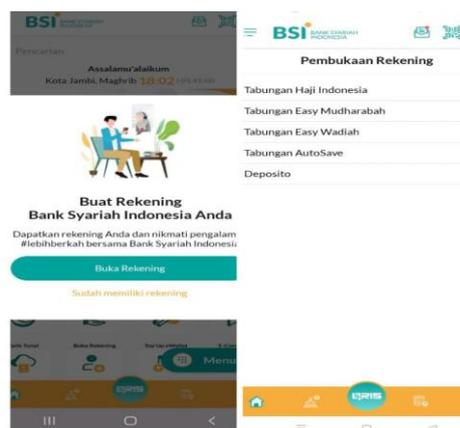
BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat sering dimanfaatkan oleh perusahaan, termasuk bank syariah, untuk meningkatkan pasar-pasarnya dengan menggunakan teknologi yang ada. Untuk meningkatkan pelayanan pada nasabahnya bank meluncurkan media layanan transaksi yang berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat ponsel atau *Personal Data Asistant/PDA*.¹ Pada aplikasi ini, *Islamic Banking* menghadirkan inovasi berupa aplikasi *mobile banking*. Aplikasi ini berisi fitur-fitur yang dapat digunakan nasabah untuk memudahkan pengumpulan informasi dan melakukan transaksi secara cepat dan mudah. Fungsi umum berdasarkan aplikasi BSI mobile antara lain informasi rekening, transfer uang, pembayaran, pembelian, layanan syariah, berbagi Ziswaf, e-gold, tarik tunai, isi ulang e-wallet, e-commerce, pembukaan rekening, dll. Dalam pelaksanaannya, perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam hal transaksi, pembelian atau pembelian yang dilakukan.

Gambar 1.1 Fitur-fitur BSI Mobile



¹Wardhana. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. Jurnal sistem manajemen dan industri ,(Universitas serang raya, tahun 2015.), 273-284.

Gambar 1.1 diatas merupakan fitur pembukaan rekening online pada aplikasi BSI Mobile.

Pembukaan rekening online diluncurkan pada akhir tahun 2019 untuk mereka yang ingin menggunakan layanan BSM. Layanan atau fitur pembukaan rekening online ini dimaksudkan untuk mempermudah dan mempersingkat waktu Anda. Fitur ini juga tersedia bagi mereka yang tinggal jauh atau belum memiliki cabang bank syariah. Pembukaan rekening secara online diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 12/PJOK/03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Pembukaan rekening online membutuhkan waktu sekitar 20 menit per pembukaan rekening. Layanan tersedia 24 jam sehari, 365 hari sehingga tidak perlu khawatir kapan harus membuka akun online. PT Bank Syariah Indonesia atau BSI terus mengembangkan fitur-fitur terbaru untuk menawarkan layanan pembukaan rekening secara online, memberikan operasi yang lebih cepat, nyaman dan lancar. Ini telah meningkatkan jumlah pelanggan yang membuka rekening online. Pada awal Juni 2021, jumlah pembukaan rekening online melebihi 400.000, rata-rata 2.000 pembukaan rekening online per hari. Dibandingkan periode Juni 2020 jumlah pembukaan rekening online meningkat, rata-rata sekitar 1.000 nasabah per hari.²

Dalam rangka memperkenalkan fungsi pembukaan rekening bank syariah secara online kepada masyarakat luas, diperlukan promosi yang efektif untuk meningkatkan awareness dan minat terhadap fungsi pembukaan rekening yang sudah ada. Selain itu, efektifitas pembukaan rekening secara online dari sisi kemudahan yang berarti prosesnya sudah efektif sesuai dengan tujuannya, juga dapat menarik nasabah untuk melakukan pembukaan rekening secara online. Iklan berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan individu, kelompok atau organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi satu atau lebih penerima informasi untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. memenuhi. Iklan juga berfungsi untuk mengingatkan pelanggan akan produk dan mendorong mereka untuk membeli, pada akhirnya iklan memperkuat lembaga

² <http://keuangan.kontan.co.id> di Akses pada tanggal 15 Agustus 2022

keuangan syariah. Promosi dilakukan oleh Bank Syariah melalui media cetak atau elektronik, dll.³

Mahasiswa dengan pemahaman yang lebih luas tentang kemajuan teknologi disajikan dengan pilihan dan solusi untuk memprioritaskan penggunaan layanan *mobile banking* saat bertransaksi. Sekelompok orang dengan literasi teknis tinggi adalah mahasiswa. Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai seseorang yang menuntut ilmu pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi, baik negeri maupun swasta, atau lembaga setingkat universitas lainnya.

Berikut tabel jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Aktif Tahun Akademik 2022-2023

No	Program studi	Tahun angkatan						Jumlah
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	
1	Ekonomi Syariah	77	234	319	280	317	299	1.526
2	Perbankan Syariah	28	75	55	58	95	97	408
3	Akuntansi Syariah	23	73	85	78	150	167	576
4	Manajemen Keuangan Syariah	38	76	81	93	161	185	634
Jumlah Keseluruhan		3.144						

Sumber: bagian siacad kontrak kuliah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dari data yang ditampilkan pada tabel 1.1 diatas, jumlah keseluruhan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi adalah 3.144 orang.

Dalam memberikan layanan dan fasilitas akan membuat nasabah juga semakin bersemangat dalam melakukan transaksi-transaksinya, sehingga

³Zuliyansah, A. *Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah* (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal).Skripsi(IAIN Salatiga,2020), 11.

kemampuan perusahaan untuk mencapai hasil akhir yang terdefinisi dengan baik. Untuk setiap skala dan kriteria ditentukan derajat pencapaian sampai dengan target waktu yang mencerminkan perhatian perusahaan terhadap efektivitas. Menurut Amirullah, efektivitas dalam kajian ini berarti hasil yang dicapai nasabah dengan menggunakan layanan pembukaan rekening online syariah sebagai target inovasi yang mendukung kebutuhan mereka di era digital.⁶

Penggunaan layanan aplikasi mobile banking dikalangan mahasiswa sangatlah membantu untuk menunjang kebutuhan akademik dan program kinerja akademisi serta memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan, bagi mahasiswa teknologi sangatlah penting banyak informasi yang bisa didapatkan dari teknologi seperti tentang promosi fitur pembukaan rekening online yang dilakukan oleh BSI melalui jejaring sosial maupun media cetak. Beberapa mahasiswa mengetahui tentang fitur kemudahan yang disediakan oleh BSI seperti fitur pembukaan rekening online, mahasiswa mengetahuinya melalui sosial media Youtube dimana BSI telah menjelaskan tentang fitur terbaru mereka yaitu pembukaan rekening online. Dari pernyataan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi mereka mengatakan bahwa fitur pembukaan rekening online yang disediakan oleh pihak BSI sangatlah membantu khususnya bagi mereka yang terkadang malas untuk pergi keluar rumah dan untuk mereka jauh dari kantor BSI. Adapula mahasiswa yang mengatakan bahwa mereka melihat iklan fitur pembukaan rekening online di spanduk dan iklan media sosial tanpa adanya penjelasan yang lebih terperinci tentang fitur pembukaan rekening online.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui efektivitas pembukan rekening online peneliti melakukan observasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Peneliti menyebar kuesioner yang di dalamnya berisikan pertanyaan mengenai efektivitas pembukaan rekening online. Minat adalah perangkat mental yang terdiri dari campuran emosi, harapan, prasangka, atau kecenderungan lain yang mengarahkan

⁶Yusmaina, I. *Efektivitas dan Resiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM)*. Skripsi (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, tahun 2013), 16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi

individu ke arah pilihan tertentu. Dalam hal ini minat menjadi pelanggan diasumsikan sebagai minat beli.

Menurut Kinnear dan Taylor, minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Pengaruh efektivitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah sebelumnya pernah ditulis dalam skripsi berjudul Pengaruh Promosi, Service Quality, *Mobile Banking* dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal).⁷ Penelitian menemukan bahwa variabel promosi minat pelanggan memiliki koefisien promosi (X1) sebesar 0,125 dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,003$. 0,05 berarti promosi memiliki dampak positif yang besar terhadap minat pelanggan.

Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan yang menunjukkan bahwa promosi berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap minat pelanggan. Pengaruh efikasi terhadap minat adalah dengan menunjukkan hasil, tetapi efikasi berdampak lebih besar pada minat. Dengan effect size () sebesar 0,786, memiliki rata-rata tertinggi untuk indeks psikometri.⁸

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami ingin mengeksplorasi apakah dua variabel, efektivitas pembukaan rekening online dan promosi pembukaan rekening online, mempengaruhi minat menjadi nasabah. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji pengaruh efektivitas dan promosi melalui pembukaan rekening secara online dan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia. Jenis survei yang digunakan adalah survei kuantitatif. Pendekatan survei ini adalah survei kuesioner dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dasar bagi nasabah yang membuka rekening secara online. Dengan demikian penulis mengambil judul penelitian:

⁷Agus Andri Zuliyansah. *Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal)*. Skripsi.(IAIN SalatigaTahun 2020), 22

⁸Rachmadhania, N., Wilopo, W., & Pangestuti, E. *Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke Dki Jakarta*. Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya,(tahun 2017), 210.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

“Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthana Thaha Saifuddin Jambi)”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Masih ada mahasiswa yang merasa bahwa Bank Syariah Indonesia belum efektif dalam memberikan edukasi dan informasi serta promosi tentang fitur pembukaan rekening online di BSI mobile.
2. Masih ada mahasiswa pengguna Bank Syariah Indonesia beranggapan bahwa pembukaan rekening tabungan secara langsung datang ke bank lebih efektif dibandingkan membuka rekening secara online.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah yang diteliti yakni mengenai pengaruh efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthana Thaha Saifuddin Jambi menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah efektivitas pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthana Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah promosi pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthana Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank Syariah?
3. Apakah efektivitas pembukaan rekening online dan promosi pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthana Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthana Jambi



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank syariah indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui efektivitas pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Mengetahui promosi pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Efektivitas pembukaan rekening online dan promosi pembukaan rekening online berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank syariah indonesia.

F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji pengaruh promosi melalui pembukaan rekening secara online dan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia. Jenis survei yang digunakan adalah survei kuantitatif. Pendekatan survei ini adalah survei kuesioner dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dasar bagi nasabah yang membuka rekening secara online.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Lembaga penelitian ini percaya bahwa akan memberikan referensi, masukan, atau perspektif bagi perusahaan untuk menentukan strategi atau



langkah terbesar ke depan untuk membangkitkan minat masyarakat untuk menjadi pelanggan nasabah terutama saat membuka rekening online.

2. Bagi kalangan akademisi, survei ini diharapkan tidak hanya memberikan bahan penelitian atau referensi, tetapi juga memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya terkait pembukaan akun online dan pengembangan penelitian selanjutnya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, maka sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

BAB I: terdiri dari pendahuluan yang didalamnya akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian terkait pengaruh efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yang memuat kondisi dan fenomena serta teori yang menjadi landasan dalam pengambilan judul penelitian. Selain itu juga memuat fokus dan pertanyaan penelitian (rumusan masalah), tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : berisi Kajian Pustaka dan Landasan Teori, yang akan mengkaji tentang penelitian terdahulu dan perbedaannya dengan penelitian sekarang yang memuat informasi dari penelitian tersebut dan sumber dapat dipertanggung jawabkan, serta membahas hipotesis penelitian dan kerangka berpikir

BAB III : menjelaskan tentang Metode Penelitian, yang terdiri dari desain penelitian, variabel penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : berisi hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan mengenai analisis data dan pembahasan atas hasil pengelolaan data yang digunakan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

untuk menjawab dari rumusan masalah. Dalam penelitian ini memaparkan tentang hasil pengelolaan data yang diperoleh mengenai variabel efektivitas pembukaan rekening online dan promosi pembukaan rekening online terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

BAB V : berisi penutup, yang menyajikan pemaparan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkaitan guna mencapai kepentingan pengembangan maupun diperbaiki terhadap hal-hal yang diperoleh dalam hasil penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Efektivitas Pembukaan Rekening Online

a. Pengertian Efektivitas

Kata “efektif” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*effective*”, artinya “berhasil”. Leksikon ilmiah umum mendefinisikan kemanjuran sebagai keakuratan, kemanjuran, atau dukungan dari suatu aplikasi. Efektivitas merupakan faktor kunci dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam setiap kegiatan atau program. Dikatakan efektif bila tujuan atau maksud yang telah ditetapkan tercapai.⁹

Menurut Sondang, P. Siagian Efektivitas adalah rentang penggunaan sumber daya, fasilitas, dan infrastruktur yang disadari dan telah ditentukan sebelumnya untuk menghasilkan banyak komoditas untuk layanan aktivitas manusia. Efektivitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mencapai hasil akhir yang terdefinisi dengan baik, untuk setiap skala dan kriteria ditentukan derajat pencapaiannya sesuai target waktu. Hal ini mencerminkan perhatian perusahaan terhadap efektivitas..¹⁰

Selain pengertian dari sudut bahasa, adapun beberapa pengertian efektivitas menurut para ahli:¹¹

1. Menurut Agung Kurniawan Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (Operasi kegiatan program atau misi) suatu organisasi atau sejenisnya tanpa adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaanya.

⁹Rosalina, I. *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Magetan*. Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat., (Universitas Negeri Surabaya, 2014), 3.

¹⁰Amirul , Alamsyahril , *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*(Jakarta : Cv. Pustaka Learning Center . tahun 2020), 14.

¹¹Dilihatya. Com, <http://dilihatya.com/2664/pengertian-efektivitas-menurut-para-ahli-> adalah, di akses pada 10 Agustus 2023

2. Menurut Hidayat, efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target berupa kualitas, kuantitas, dan waktu telah tercapai dengan prinsip semakin besar presentase target yang dicapai maka semakin tinggi efektivitasnya.
3. Menurut Effendy, efektivitas adalah indicator dalam tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya sebagai sebuah pengukuran dimanasuatu target telah tercapai sesuai dengan apayang telah direncanakan tersebut.

Dari beberapa pengertian-pengertian efektivitas diatas dapat disimpulkan, bahwa secara umum efektivitas dapat diartikan sebagai adanya suatu pengaruh, akibat, kesan. Efektivitas tidak hanya sekedar memberi pengaruh atau pesan akan tetapi berkaitan juga dengan keberhasilan tujuan, penetapan setandar, profesionalitas, penetapan sasaran, keberadaan program, materi, berkaitan dengan metode atau cara. Sasaran atau fasilitas dan juga dapat memberikan pengaruh terhadap tujuan yang akan dicapai.

b. Efektivitas Menurut Pandangan Islam

Dalam Islam telah dijelaskan bagaimana suatu usaha mencapai tujuan yang diinginkan, jika manajemennya bagus maka apa yang menjadi tujuan usaha atau organisasi akan mudah dicapai. Manajemen adalah setiap kerjasama dua orang atau lebih guna mencapai tujuan bersama dalam rangka mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien.¹² Perwujudan kerjasama yang dianjurkan Islam dapat dilakukan dalam skema apapun. Demi tegaknya keadilan, Allah telah meletakkan “mizan”, suatu timbangan akurat yang paling objektif. Siapapun tidak boleh melanggarnya, agar tidak terdapat seorang pun jadi korban ketidak adilan.¹³

¹²Husaini Usman, *Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 6.

¹³Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Sementara orang sering kali tidak merasa bahwa mereka mempunyai tanggung jawab sosial, walaupun ia telah memiliki harta kekayaan. Karena itu diperlukan adanya penetapan hak dan kewajiban agar tanggung jawab keadilan sosial dapat terlaksana dengan baik. Keadilan menempati posisi yang sangat penting karena kesejahteraan yang hakiki tidak dapat direalisasikan jika hasil dari suatu program atau kegiatan tidak disalurkan secara merata kepada yang berhak.

Efektivitas diartikan sebagai pedoman kata yang menunjukkan taraf pencapaian suatu tujuan, dengan kata lain bahwa suatu usaha dapat dikatakan efektif jika usaha tersebut telah mencapai tujuannya. sesuai dengan apa yang diharapkan dan terealisasinya tujuan tersebut maka semua itu akan sia-sia.

Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah yang berbunyi:

قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا (الَّذِينَ ضَلَّ سَعْيُهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يُحْسِنُونَ أَنْتَهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا

Artinya: *“Katakanlah, ‘Apakah ingin Kami beritahukan kepada kalian tentang orang-orang yang perbuatan-perbuatannya paling merugi?’. (Mereka itu) orang yang usahanya sia-sia dalam kehidupan dunia sini, sedang mereka menyangka bahwa mereka itu berbuat sebaik-baiknya.”*(QS. Al-Kahfi 18:103-104).¹⁴

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang paling merugi amalannya adalah orang-orang yang mengikuti hawa nafsu mereka dalam beramal dalam rangka tujuan mereka untuk mencapai keuntungan dan keutamaan. Sehingga akibatnya beramal dengan cara demikian itu, mereka terjatuh dalam kerusakan dan mereka tidak akan mencapai tujuannya. Jadi jelas bahwa suatu organisasi ataupun kegiatan yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan maka semuanya itu akan sia-sia meskipun tujuan dari organisasi tersebut bersifat mulia.

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponogoro, 2014), QS. Al-kahfi [18] : 103-104

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

c. Indikator Efektivitas

Anda dapat mengukur tingkat keefektifan dengan membandingkan rencana yang Anda kembangkan dan hasil aktualnya. Namun jika hasil atau tindakan tidak sesuai dan tujuan tidak tercapai atau tujuan yang diharapkan tidak tercapai, maka dikatakan tidak efektif. Tentukan apakah mengukur pencapaian tujuan efektif berdasarkan:¹⁵

1) Pemahaman Program

Pemahaman program ditunjukkan dengan seberapa baik masyarakat dapat mempelajari program dan kemampuan masyarakat dalam melaksanakan program.

2) Tepat Sasaran

Ukuran sejauh mana suatu organisasi telah berhasil mencapai tujuannya.

3) Tepat Waktu

Faktor waktu berkaitan dengan kemampuan untuk membuat layanan Anda lebih cepat dan lebih efisien.

4) Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan adalah upaya total untuk mencapai tujuan dari proses yang dijalankan. Yang terpenting, layanan harus dapat berjalan tanpa masalah.

5) Perubahan Nyata

Perubahan nyata dikatakan efektif ketika suatu program benar-benar dapat mempengaruhi dan mengubah dengan mengetahui keadaan sebelum dan sesudah program itu ada.¹⁶

¹⁵R Rosalina, I. *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandi Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Magetan*. Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat. (Universitas Negeri Surabaya, 2014), 23.

¹⁶Sa'diyah, W., & Marlena, N. *Use of e-toll Cards: Satisfied Consumers?* Jurnal Manajemen Motivasi, No14 vol 2, (. Tahun 2018), .73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



2. Promosi Pembukaan Rekening Online

a. Pembukaan Rekening Online

Dalam pembukaan rekening online, dilakukan pengecekan validitas untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan pendirian layanan pembukaan rekening online telah tercapai. Survei ini biasanya didasarkan pada persepsi pelanggan terhadap layanan pembukaan rekening online. Pembukaan rekening secara online merupakan salah satu fitur dari aplikasi BSI Mobile yang diluncurkan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah. Akses adalah satu-satunya cara bagi pelanggan untuk membuka rekening tanpa batas dengan mudah dan cepat. Tata cara pembukaan rekening online dapat dilakukan oleh nasabah dengan mengikuti langkah-langkah berikut ini.¹⁷

- 1) Mengunduh aplikasi Bank Syariah Indonesia Mobile (BSI Mobile) melalui Goggle Play Store atau Apple Store.
- 2) Setelah mengunduh aplikasi, cukup tekan tombol sandwich di kiri atas dan anda akan disajikan berbagai pilihan menu yang bisa dipilih. Salah satunya membuka akun rekening.
- 3) Tinggal pilih menu pembukaan rekening seperti berhadapan dengan customer service Bank Syariah Indonesia yang ramah dan responsif.
- 4) Selanjutnya, Anda akan diminta untuk memilih antara dua jenis tabungan Syariah yang tersedia di BSI. Tabungan mudharabah dan tabungan Wadiah. Perbedaan keduanya, sudah dijelaskan dengan jelas di masing-masing pilihan.
- 5) Selanjutnya siapkan data kependudukan yang kita miliki. Anda akan diminta untuk mengunggah foto KTP dan foto diri Anda

¹⁷Refomarvio, *Pengaruh Model Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Bandar Lampung)* (Diploma Thesis UIN Raden Intan Tahun 2022), 33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



- 6) Selanjutnya, Foto kartu NPWP kemudian akan diunggah. Karena itu, Anda harus menyiapkan kartu-kartu ini sebelum membuka akun rekening online.
- 7) Setelah memasukkan beberapa data, Anda akan dimintai konfirmasi. Untuk melakukan ini, lakukan panggilan video dengan petugas. Setelah diverifikasi, tunggu akun Anda disetujui. Baru setelah itu Anda dapat mengirim uang ke nomor rekening Anda yang ada melalui MBanking melalui bank lain
- 8) Setoran pertamanya hanya Rp 100.000. Selain itu, kita sudah menjadi nasabah BSM dan nomor rekening kita terhubung langsung dengan nomor ponsel yang digunakan saat pendaftaran.¹⁸

b. Pengertian Promosi

Menurut Swastha dan Irwan dalam Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Tjiptono dalam Promosi juga merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasarannya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, maupun mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹⁹ Menurut Lupiyoadi menjelaskan kegiatan dari promosi adalah hal yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.²⁰

Promosi penjualan merupakan salah satu alat promosi yang digunakan untuk membujuk pembeli agar membeli produk yang dihasilkan dan ditawarkan perusahaan. promosi penjualan melibatkan beberapa sarana,

¹⁸Sumber: <https://bsimobile.co.id> di akses pada tanggal 16 agustus 2022

¹⁹Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*: Edisi Revisi. (Penerbit CV. Andi Offset. Yogyakarta 2015)

²⁰Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer (Edisi3)*(Salemba Empat. Tahun 2013), 21.

diantaranya: program diskon, undangan marketing, event, pameran, hadiah, undian, kupon dan sebagainya, yang memiliki sifat menarik dan komunikatif. Menciptakan rangsangan untuk membeli dan menawarkan langsung untuk melakukan transaksi. Namun sistem ini hanya bersifat jangka pendek dan tidak menimbulkan pola penjualan jangka panjang. Sarana tersebut antara lain:²¹

- 1) Diskon
Diskon dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah potongan bunga bagi nasabah yang meminjam uang di bank.
- 2) Event
Event merupakan hal atau pokok yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan.
- 3) Pameran
Pameran merupakan suatu kegiatan penyajian karya seni rupa untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas.
- 4) Hadiah
Hadiah merupakan Suatu pemberian berupa uang, barang atau jasa yang dilakukan tanpa ada kompensasi baik seperti yang terjadi dalam perdagangan, walaupun dimungkinkan pemberi hadiah mengharapkan adanya timbal balik.
- 5) Undian
Undian adalah suatu permainan dimana pemenang ditentukan dengan cara diacak.
- 6) Kupon
Kupon adalah surat kecil atau karcis yang dapat ditukarkan dengan barang atau untuk membeli barang dan sebagainya.
- 7) Kontes
Kontes adalah suatu permainan, namun di dalam kontes penentuan pemenang dilakukan atas kemampuan atau keahlian dari setiap peserta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



²¹Saifudin, *Pengaruh Iklan Islami Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Matahari Dept. Store di Jawa tengah*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam 07 no 2,(desember 2019), 147.

c. Promosi Dalam Pandangan Islam

Prinsip promosi bisnis islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai etika bisnis islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pemasar harus berlaku jujur, benar dan harus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan menggumbar sumpah atau iklan palsu.

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia.²²

Sebagaimana firman-Nya:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”*(QS.Al-mudatsir 74: 38)²³.

Jadi iklan islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan dalam penyajiannya berlandaskan pada etika periklanan islami.

Pengiklanan atau promosi juga harus menghindari iklan yang menipu dan berlebihan yang dianggap sebagai bentuk kebohongan. Kebenaran fakta

²²Oci Yonita Marhari, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, (Bandung, AlMaghfiroh, 2012), 34

²³Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponogoro, 2014), 460

dalam informasi yang disampaikan kepada publik juga terkandung dalam Al-Qur'an, Iklan selalu menawarkan ideologi konsumerisme dan hedonisme. Iklan menawarkan kenikmatan dan keindahan dunia kepada konsumen akan produk yang diiklankan (*hedonisme*). Ia berusaha menampilkan kekurangan yang ada pada diri konsumen dalam kehidupannya.

sebagaimana firman Nya dalam yang berbunyi:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ

Artinya: “*Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.*” (QS.An-Nahl 16:105)²⁴

d. Manfaat dan Tujuan Promosi

Salah satu manfaat promosi yang paling utama adalah untuk meningkatkan pendapatan semaksimal mungkin dengan modal yang seminimal mungkin. Nah, berikut ini adalah manfaat secara umum dari melakukan promosi, diantaranya adalah:²⁵

1) Menjaga Tingkat Retensi dan Loyalitas Konsumen

Dari sekian banyak elemen, tingkat retensi dan loyalitas merupakan salah satu elemen terpenting untuk dapat memastikan bisnis dapat tetap berjalan dan dapat dikembangkan lagi agar lebih maju. Tingkat loyalitas merupakan elemen yang digunakan menjelaskan tentang pilihan konsumen dalam melakukan transaksi pada bisnis, bukan bisnis dari kompetitor. Sementara, tingkat retensi berguna untuk menjelaskan keinginan konsumen untuk bertahan dan kembali lagi melakukan transaksi pada sebuah bisnis. Manfaat promosi dapat digunakan sebagai jalan untuk memastikan pelanggan merasa

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponogoro, 2014),

²⁵Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 30.

puas dan diperhatikan oleh sebuah bisnis. Dampaknya adalah dalam jangka panjang, konsumen akan setia kepada sebuah brand bisnis.

2) Membangun Media Komunikasi Antara Bisnis Dengan Konsumen

Berkomunikasi dengan konsumen secara satu per satu untuk mendeskripsikan setiap produk atau jasa yang ditawarkan merupakan aktivitas yang cukup berat. Tidak hanya itu, dalam jangka panjang cara komunikasi tersebut akan sangat membebani sumber daya manusia dari sebuah bisnis. Promosi menjadi solusi dalam mengefektifkan pekerjaan manusia. Dengan menentukan program promosi secara tepat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelaku bisnis dapat membangun media berkomunikasi atau media sosial untuk lebih mendekatkan bisnis kepada konsumen. Program promosi ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sebaik-baiknya untuk mengenalkan produk atau jasa yang ingin dipasarkan, membentuk karakteristik bisnis untuk diketahui oleh konsumen secara massal, serta menyampaikan berbagai informasi terkait inovasi bisnis kepada pelanggan dengan biaya yang relatif jauh lebih murah. Berkomunikasi menggunakan media sosial sangat berpengaruh terhadap bisnis untuk lebih mempermudah dalam memperbesar margin keuntungan.

3) Mendatangkan Konsumen Baru Melalui Konsumen Lama

Manfaat promosi yang sangat memberikan pengaruh yaitu kemampuannya dalam mendatangkan para konsumen baru untuk menggunakan produk atau jasa sebuah bisnis. Program promosi yang telah dirancang dengan matang dan diimplementasikan secara tepat lalu mendapat timbal balik yang positif dari konsumen akan menghasilkan kekuatan ajaib yaitu kekuatan *words of mouth*. *Words of mouth* dapat menjadi cara yang ampuh dalam promosi sebuah bisnis. Kekuatan ajaib tersebut membuat pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan usaha serta biaya dalam menawarkan produk atau jasa. Hal itu disebabkan para konsumen yang sudah terpuaskan akan mendorong dan mempromosikan bisnis kepada calon konsumen baru. Salah satu kunci

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bisnis dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang adalah keberhasilan membentuk kesan positif di benak konsumen.

Tujuan Promosi Dalam melakukan promosi, para pemilik produk atau jasa biasanya melakukan promosi dengan sebuah tujuan tertentu. Adapun beberapa tujuan promosi yang perlu kamu ketahui sebelum benar-benar melakukan promosi, diantaranya yaitu:²⁶

- 1) Tujuan promosi yang pertama adalah mengubah sudut pandang dan tingkah laku pembeli terhadap suatu barang atau jasa. Setelah melihat promosi dari sebuah produk, harapannya adalah pelanggan yang semula tidak tertarik untuk membeli barang atau menggunakan jasa menjadi tertarik dan ingin membeli produk atau menggunakan jasa.
- 2) Tujuan promosi yang kedua adalah membentuk citra atau kesan produk atau jasa di benak pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelaku usaha atau pemilik brand tersebut. Tujuan promosi ini sering dikenal dengan istilah branding. Demi melakukan branding atau mengenalkan brand kepada pelanggan, penjual harus menggunakan promosi yang menarik dan beda dari yang lain agar dapat memberi kesan kepada calon pelanggan.
- 3) Tujuan promosi yang ketiga adalah bersaing dengan kompetitor. Persaingan dengan kompetitor merupakan tujuan promosi yang paling sering digunakan oleh berbagai macam usaha. Promosi sangat mampu digunakan untuk menjaga angka pemasukan tetap stabil, walaupun memiliki banyak pesaing dari sebuah bisnis.
- 4) Tujuan promosi yang keempat adalah meningkatkan keuntungan. Tujuan promosi yang paling utama adalah mendapatkan keuntungan maksimal atau meningkatkan keuntungan. Apabila pelaku usaha ingin mendapatkan peningkatan keuntungan. Tujuan promosi sebelumnya harus sudah tercapai, dari mengubah sudut pandang, membentuk citra

²⁶Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 31.



sebuah usaha atau branding hingga mempertahankan pemasukan agar tetap stabil. Keberhasilan dari proses promosi tersebut secara signifikan akan membuat keuntungan menjadi meningkat. Hal itu membuktikan bahwa sebuah usaha tersebut telah mampu bersaing dengan kompetitor.

- 5) Tujuan promosi yang kelima adalah mendapatkan calon pelanggan baru. Tujuan promosi sesungguhnya tidak hanya mengubah sudut pandang dan tingkah laku pelanggan lama terhadap produk atau jasa. Namun, tujuan promosi juga adalah untuk memperoleh pelanggan baru. Dengan begitu, tujuan promosi dapat terwujud dengan menjaga pelanggan untuk tetap percaya dengan produk atau jasa, tetapi juga mendapatkan pelanggan baru.
- 6) Tujuan promosi yang keenam adalah menyebarkan informasi. Langkah untuk menyebarkan informasi merupakan tujuan dasar dari promosi sebuah produk atau jasa. Promosi juga memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada para pelanggan terkait produk atau jasa. Informasi yang bisa dibagikan seperti penawaran dengan harga atau bonus yang menarik.

Dari enam tujuan promosi di atas memiliki kesimpulan bahwa promosi dilakukan dengan tujuan agar pelaku dapat meningkatkan angka pada usahanya dengan melakukan penjualan dan meningkatkan keuntungan dengan maksimal.

e. Indikator Promosi

Menurut Kotler & Keller indikator yang mencirikan promosi adalah sebagai berikut:²⁷

1. Customer Promotion adalah promosi penjualan yang ditujukan kepada konsumen atau pengguna.
2. Trade Promotion, yaitu promosi penjualan yang dtunjukkan kepada ritel atau outlet penjual yang berhubungan langsung dengan konsumen.

²⁷Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *marketing manajemen*.(jakarta, indeks 2009)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Sales Force Promotion, yaitu orang yang bekerja sebagai marketing langsung sehingga berhubungan langsung dengan pelanggan atau konsumen. Biasanya seorang sales force mempunyai kelebihan dalam hal melakukan negosiasi langsung dengan calon konsumennya. Selain itu juga adanya pemberian bonus.

3. Minat Menjadi Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda dan juga merupakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²⁸ Uswah mengatakan bahwa minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (*kognisi, konasi, emosi*), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Minat menjadi nasabah dalam hal ini di asumsikan sebagai minat beli.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor, minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²⁹ Menurut Lestari, Sokarina & Suryantara minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya ketika ia bebas memilih. Jadi dapat dikatakan bahwa minat ini terkait dengan usaha dan perhatian, semisalnya orang menaruh minat pada Bank Syariah Indonesia, tentu ia akan berminat untuk menabung di bank tersebut, sebaliknya orang yang kurang berminat ia akan mengabaikannya.

²⁸ Mappiare, A. *Psikologi Remaja*. (surabaya Usaha Nasional. Tahun 1982), 44.

²⁹ Kinnear, James R Taylor. *Riset Pemasaran*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Minat juga sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Maka minat menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan.

b. Indikator Minat

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Minat transaksional
Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensional
Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.
- 3) Minat prefrensi
Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- 4) Minat eksploratif
Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

B. Studi Relavan

Pada bagian ini penulis menyajikan beberapa hasil penelitian maupun jurnal mengenai pengaruh efektivitas promosi dan minat terhadap nasabah yang dijadikan sebagai referensi penelitian. Penulis mengambil skripsi dengan judul Pengaruh Efektifitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi



Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Adapun beberapa karya tulis dan hasil penelitian yang penulis temukan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ifti Ayuni (2022) ³⁰	Peran Webform Bsi Terhadap Pembukaan Rekening Tabungan Online Di Bsi Kcp Medan Pulo Brayan	Kuantitatif	Penelitian ini berfokus pada peran webform bsi terhadap pembukaan rekening tabungan online di BSI KCP Medan Pulo Brayan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran ebform bsi terhadap pembukaan rekening tabungan secara online, bagaimana tahapan-tahapan dalam pembukaan rekening tabungan secara online dan bagaimana keuntungan yang didapat jika mendaftar pembukaan rekening secara online Peran webform bsi sangat penting terhadap masyarakat yang hendak melakukan pembukaan

³⁰Ifti Ayuni, *Peran Webform Terhadap Pembukaan Rekening Tabungan Online Di BSI Kcp Medan Pulo Brayan*. Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah, Vol 2 ,No 1 (Universitas Muhammadiyah Aceh 2022)

				rekening tabungan secara online, Disamping nasabah tersebut tidak perlu replot-replot menunggu antrian yang lama dengan hanya mengandalkan gadget dan paket data setelah itu langsung mengisi form yang ada di web tersebut.
2	Lesty Rahmadani, Zul Azmi (2022) ³¹	Efektivitas Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Layanan Digital Saving Pada Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah (1) Pembukaan rekening melalui layanan <i>digital saving</i> di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah efektif, (2) Hambatan yang biasanya terjadi saat menggunakan layanan <i>digital saving</i> dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal, (3) Mekanisme pembukaan rekening melalui layanan <i>digital saving</i> di Bank BRI KK Chevron Rumbai sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan, (4) Nasabah yang menggunakan layanan <i>digital saving</i> saat membuka rekening akan mendapatkan kelebihan yaitu terdافتarnya nasabah

³¹Lesty Rahmadani, Zul Azmi. *Efektivitas Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Layanan Digital Saving Pada Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai*. Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen, Vol. 2 No. 2 (Universitas Muhammadiyah Riau, tahun 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

				secara otomatis sebagai pengguna BRI <i>Mobile Banking</i> (BRIMo). (5) Bank BRI KK Chevron Rumbai telah berhasil mengimplementasikan <i>Electronic Service Quality (E-Service Quality)</i> .
3	Nurliana (2021) ³²	Minat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buka Rekening Online) Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan	Kuantitatif	Penelitian ini mendapatkan hasil faktor pendorong minat masyarakat terhadap pembukaan rekening online: Faktor Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang sangat dasar. Dibuktikan dengan era di digital bisa buka rekening melalui android bahwasannya semua kalangan baik masyarakat, kaum milenial rata-rata mempunyai android. Hal tersebut mendorong untuk lebih praktis. Faktor Sosial mempengaruhi minat masyarakat terhadap rekening online.
4	Dahlioni (2021) ³³	Efektivitas Penggunaan	Kuantitatif	. Penelitian ini bertujuan

³²Nurlian , *Minat Masyarakat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buka Rekening Online) Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan*, Vol 2 No 2(Universitas Islam Kuantan Singigi, tahun 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



		Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kota baru		untuk melihat bagaimana cara Bank Mandiri Syariah memikat minat nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas minat nasabah untuk menggunakan pelayanan/fasilitas Mobile Banking. Penelitian yang digunakan ini bersifat kualitatif yaitu suatu penelitian yang melihat dan bertanya langsung pada nasabahnya di Bank Mandiri Syariah KCP Kotabaru.
5	M. Refomarvio Marpen Bakri (2022) ³⁴	Pengaruh Model Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah(Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Bandar Lampung)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah variabel Model Layanan Pembukaan Rekening Online memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Ditinjau dari perspektif ekonomi model layanan pembukaan rekening online merupakan upaya untuk memanfaatkan

³³Dahlioni , *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kotabaru* Jurnal Ekonomi Bisnis Islam perbankan syariah vol 5 no 1 , Universitas Antasari)tahun 2021

³⁴M. Refomarvio Marpen Bakri,*Pengaruh Model Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Tingkat Kepuasan NasabahBank syariah Indonesia KCP bandar lampung*, Jurnal Ekonomi Bisnis Islam perbankan syariah(UIN Raden Intan Lampung) Tahun 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

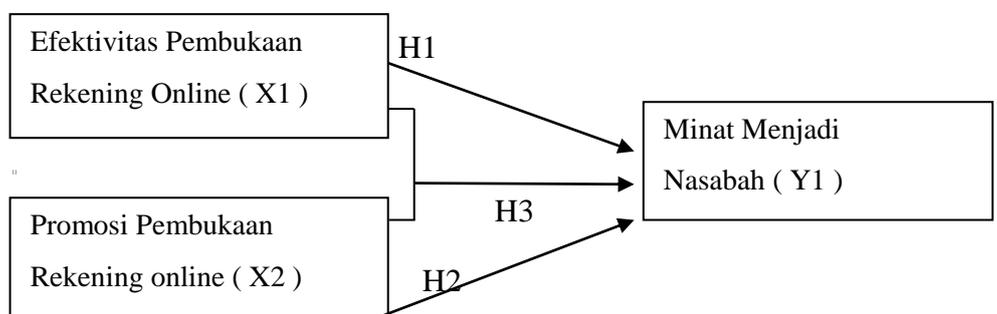


				<p>teknologi yang berguna bagi kemaslahatan nasabah. Teknologi yang digunakan dengan benar dan sesuai dengan porsi serta fungsinya, dapat menimbulkan manfaat yang luar biasa bagi kehidupan khususnya dalam hal mempermudah hidup.</p>
--	--	--	--	---

C. Kerangka Berpikir

Minat menjadi nasabah dalam perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Dalam penelitian ini penulis memilih faktor efektivitas pembukaan rekening online dan promosi sebagai variabel. Berdasarkan telaah pustaka diatas bahwa efektivitas dan promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Layanan pembukaan rekening yang efektif dan kegiatan promosi yang tepat maupun menarik dapat menciptakan daya minat nasabah. Berikut gambaran dari kerangka berpikir dari hubungan antara variabel independen yaitu efektivitas pembukaan rekening online dan promosi pembukaan rekening online, terhadap variabel dependen minat menjadi nasabah.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah penjelasan sementara untuk beberapa perilaku, gejala, atau peristiwa yang diamati. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan

hanya didasarkan pada teori dan bukan pada fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.³⁵ Berdasarkan rumusan masalah dan teori yang telah disajikan diatas. Untuk itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : Efektivitas pembukaan rekening online berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

H2 : Promosi pembukaan rekening online berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah

H3 : Efektivitas pembukaan rekening online dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



³⁵Wagiran. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Teori Dan Implementasi)*. (Yogyakarta, Deepublish, 2015), 45.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya secara umum analisisnya memakai analisis statistik. Karena dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang di minati menjadi penting, sehingga pengumpulan data menjadi penting yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur (angket/kuesioner) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang di teliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Penelitian ini menganalisa pengaruh dari dua variabel yaitu efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dilakukan di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena peneliti ingin melihat apakah efektivitas pembukaan rekening online dan promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthna Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthna Jambi

Selain itu, alasan penulis memilih lokasi tersebut karena merupakan Universitas tempat penulis menempuh pendidikan, sehingga memudahkan akses penulis dalam memperoleh data yang diperlukan saat proses penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan, yaitu dimulai dari bulan Maret hingga bulan Junitahun 2023.

C. Jenis dan SumberData

Adapun obyek yang dijadikan penelitian ini mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthnan Thaha Saifuddin. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang peneliti kumpulkan langsung dari sumbernya dan data primer mempunyai sifat up to date. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode non-probability sampling. teknik non-probabilitas sampling berupa prosedur metode yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap komponen atau bagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan tes.³⁶ Dalam teknik non-probability sampling, penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yang dimana dalam pemilihan sampel menggunakan kriteria tertentu sesuai fenomena dan kebutuhan yang diteliti.³⁷ Data primer dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner melalui platform google formulir.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti, dipelajari dan ditarik kesimpulannya.³⁸ Populasi dalam penelitian ini

³⁶Siyoto, S., & Sodik, A. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta, Literasi Media, 2015), 64.

³⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung Alfabeta. 2016), 85.

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), .115.

adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin yang jumlahnya 3.144 mahasiswa aktif, pada penelitian ini jumlah responden (mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi) yang akan diteliti yaitu sebanyak 97 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti dan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.³⁹ Penggunaan teknik yang dipilih adalah teknik *Purposive Sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan.⁴⁰ Sehingga untuk menentukan sampel pada penelitian ini, dengan ini peneliti akan menggunakan rumus Slovin dengan rumusnya yaitu:

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

Secara matematis, rumus slovin ditulis dengan $n = N / (1 + (N \times e^2))$. Dalam rumus tersebut, terlihat unsur-unsur rumus seperti n, N, dan e.

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi penelitian

e = Sampling error (tingkat kesalahan sampel) yaitu 10% atau 0,01

³⁹Arikunto, S . *Produsen Penelitian* : suatu pendekatan praktek, Edisi revisi (Jakarta : PT Rineka Cipta tahun 2002), 109.

⁴⁰Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung) Alfabeta. 2016), 87.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

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

$$n = \frac{3.144}{1+3.144(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3.144}{1+3.144 \times 0,01}$$

$$n = \frac{3.144}{32,44}$$

$$n = \mathbf{96,9}$$

Maka berdasarkan rumus tersebut Slovin diperoleh sampel sebanyak 96,9 dan dibulatkan menjadi 97 orang (Responden).

E. Metode Penarikan Sampel

Ada dua teknik pengambilan sampel yaitu non-probability sampling dan probability sampling.

- a. *Non-probability* sampling Adalah suatu prosedur pengambilan sampel yang tidak memperhatikan kaidah-kaidah peluang (probability). Biasanya tergantung pada kebijakan dan pengalaman serta subyektifitas dari si peneliti. Bias dan sampling error pengambilan sampel ini tidak dapat ditentukan berdasarkan sampel yang terpilih, sehingga kurang dapat dipertanggungjawabkan untuk analisis secara statistik. Jenis pengambilan sampel non-probability sampling:

- 1) *Convenience* Sampling. Pengambilan sampel dengan cara ini tidak mewakili secara normal dari target populasi karena unit sampel hanya dipilih berdasarkan conveniently/readily available. Contoh: Seorang peneliti ingin mengetahui kadar bakteri yang terdapat dalam 1 liter air di sungai Ciliwing.⁴¹
- 2) digunakan saat sampel yang diambil berdasarkan pada penilaian yang pasti (*expert judgement*) mengenai populasi secara keseluruhan (harus mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai populasi). Contoh: Seorang peneliti ingin mengetahui kadar bakteri yang terdapat dalam

⁴¹Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung) Alfabeta. 2016), 87.

1 liter air di sungai Ciliwung. Maka yang diambil sebagai sampel tidak hanya air yang ada di pinggir sungai saja melainkan beberapa bagian sungai dengan pertimbangan keterwakilan.

- 3) *Quota sampling* yaitu pengambilan sampel dimana jumlah sampel telah ditentukan terlebih dahulu. Pengambil sampel tinggal memilih sampai jumlah tersebut dan biasanya tanpa kerangka sampel. Pengambilan sampel semacam ini sering digunakan dalam public opinion survey. Contoh: Populasi 33,3% pria dan 66,7% wanita. Dari sampel 30 orang berarti 10 pria dan 20 wanita. Pemilihan sampelnya sendiri tergantung penilaian peneliti.⁴²
- b. Probability Sampling Adalah suatu prosedur pengambilan sampel yang memperhatikan kaidah-kaidah peluang (probability), sehingga bias dan sampling error pengambilan sampel ini dapat ditentukan berdasarkan sampel yang terpilih. Dalam bab 1 telah disebutkan bahwa hanya sebagian kecil dari unit di dalam populasi yang akan diteliti di dalam survei sampel. Oleh karena itu hasil sampling hanya bisa untuk menduga nilai populasinya (*parameter*). Ada beberapa macam probability sampling, antara lain:
 - 1) Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*), yaitu bila setiap unit dalam populasi diberi peluang sama untuk terpilih. Metode ini merupakan metode yang cukup mudah dan biasa digunakan pada populasi yang memuat karakteristik unit bersifat relatif homogen.
 - 2) Sistematik Sampling (*Systematic Sampling*), yaitu suatu metode pengambilan sampel secara random untuk unit sampel yang pertama dan unit-unit sampel selanjutnya dipilih secara sistematis.
 - 3) Sampel Acak Berlapis (*Stratified Random Sampling*), yaitu metode pemilihan sampel dimana berdasarkan suatu informasi (data) unit-unit di dalam populasi dibuat stratifikasi. Diusahakan nilai-nilai unit di dalam suatu kelompok cukup homogen, sedangkan antar lapisan

⁴²Dede Trinovie Rawung, S.Si, M.Stat, *Metode Penarikan Sampel Diklat Statistisi Ahli Bps Angkatan Xxi* (Jakarta : tahun 2020), 5-6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



heterogen. Kemudian dari setiap lapisan yang dibentuk, dipilih sejumlah sampel secara random.

- 4) Sampel Acak Berkelompok (*Cluster Sampling*), yaitu prosedur sampling di mana unit terkecil dalam populasi merupakan kumpulan dari elemen-elemen. Di dalam cluster biasanya heterogen namun antar cluster homogen. Kemudian kita memilih sebuah sampel yang anggotanya adalah cluster-cluster sehingga bukan lagi sebuah sampel yang anggotanya adalah unit-unit analisis terkecil.⁴³

F. Instrument Penelitian

Adapun instrumen data pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data dari lapangan, adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset lapangan. Riset lapangan adalah melakukan pengambilan data dari secara langsung dengan cara mendatangi responden yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan Kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ditujukan kepada mahasiswa yang membuka rekening tabungan online di aplikasi BSI Mobile. Dari setiap jawaban responden terdapat daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu yaitu antara 1 sampai dengan 5.

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dan juga instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kata lain Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk mendapatkan data empiris lapangan secara tepat dengan menjawab masalah-

⁴³Dede Trinovie Rawung, S.Si, M.Stat, *Metode Penarikan Sampel Diklat Statistisi Ahli Bps Angkatan Xxi* (Jakarta : tahun 2020), 5-6.

masalah penelitian hepotesis.⁴⁴ Menurut Ibnu Hadjar dalam (instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif.⁴⁵ Sehingga diperlukan teknik pengembangan skala atau alat ukur untuk mengukur variabel dalam pengumpulan data yang lebih sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket/kuesioner dengan penilaian Skala likert. Kuesioner adalah sebuah alat untuk mengumpulkan data yang nantinya data tersebut diolah untuk menghasilkan informasi tertentu.⁴⁶ Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.⁴⁷ Kuesioner tersebut terdiri dari empat bagian yaitu:

1. Bagian pertama berisi tentang identitas responden meliputi nama, jenis kelamin, umur, jurusan dan semester mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Bagian kedua berisi tentang pengantar kuesioner dan kriteria responden. Adapun kriterianya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia, pernah melakukan pembukaan rekening secara online, dan mahasiswa aktif di fakultas ekonomi dan bisnis islam.
3. Bagian ketiga berisi tentang pertanyaan-pertanyaan variabel independen (variabel bebas) sesuai variabel dan indikator dalam konsep operasional.
4. Bagian keempat berisi tentang pertanyaan-pertanyaan dependen sesuai variabel dan indikator dalam konsep operasional.

Menurut Siregar Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu

⁴⁴Rukmanasari F, S: “Pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang). “Skripsi (UIN Salatiga: 2017), 124.

⁴⁵Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu, 2020), 66.

⁴⁶Umar. *Metode Riset Bisnis*.(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003), 40.

⁴⁷Siregar, S. *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. In . (Jakarta:Kencana,2017), 88.

objek atau fenomena tertentu. Memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu: pernyataan positif dan negatif. bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Bentuk pernyataan positif diberi skor 5,4,3,2 dan 1; sedangkan pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4 dan 5.⁴⁸ Berikut tabel skor skala Likert:

Tabel 3. 1
Skor Skala Likert

Pertanyaan Positif	Skor	Pertanyaan Negatif	skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1

G. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Penelitian

Variabel adalah karakteristik yang dapat diamati dari sesuatu (objek), dan mampu memberikan bermacam-macam nilai atau beberapa kategori menurut. Dalam suatu penelitian variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen:

1. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴⁹ Variabel Independen juga merupakan variabel penelitian yang memengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi/ dipilih oleh seorang peneliti untuk

⁴⁸Siregar, S. *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*. In (Jakarta: Kencana,2017), 88.

⁴⁹Nurul Aini, L. W. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia* (Semarang.skripsi tahun 2019), 38.

menetapkan/menentukan hubungan antara fenomena yang sedang diamati. Penelitian ini yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah efektivitas pembukaan rekening online sebagai (X1) serta promosi pembukaan rekening online sebagai (X2).

2. Variabel dependen (variabel terikat) adalah Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel dependen (variabel terikat adalah minat menjadi nasabah (Y).

b. Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi konseptual merupakan tindakan memberi suatu penjelasan terhadap sebuah konsep yang memungkinkan konsep tersebut masih memberikan tanggapan yang berbeda dan menjadikan rumusan pernyataan yang lebih tegas, sehingga maksud dari pernyataan tersebut dipahami secara seragam oleh pembaca. Adapun definisi konseptual variabel pada penelitian ini yaitu:

1. Efektivitas pembukaan rekening online adalah suatu hasil layanan yang berkaitan langsung dengan nasabah/konsumen, perihal yang diharapkan oleh nasabah/konsumen terkait suatu proses layanan yang efektif ditawarkan oleh perusahaan/perbankan syariah.⁵⁰
2. Promosi pembukaan rekening online adalah kegiatan yang dilakukan oleh perbankan syariah untuk memperkenalkan dan mempengaruhi nasabah atau konsumen dalam melakukan pembukaan rekening
3. Minat menjadi nasabah merupakan suatu keinginan yang timbul dari nasabah/konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Operasional adalah suatu konsep yang bersifat abstrak guna memudahkan pengukuran suatu variabel. Operasional juga dapat diartikan sebagai suatu pedoman dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

⁵⁰Bakry. *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. (Yogyakarta:Deepublish. 2016), 32.

penelitian. Sementara itu definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran atau suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵¹

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Efektivitas Pembukaan Rekening online (X1)	Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.	1. Pemahaman Program 2. Tepat Sasaran 3. Tepat Waktu 4. Pencapaian Tujuan Perubahan Nyata
2	Promosi Pembukaan Rekening online (X2)	Promosi juga merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasarannya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, maupun mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal.	1. Tenaga penjualan 2. Periklanan 3. Kesepakatan harga 4. Ketepatan waktu

⁵¹Nurlan, F. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Asnidar (ed.); 1st ed.). (Jakarta:CV. Pilar Nusantara: 2019), 52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3	Minat Menjadi Nasabah (Y)	Minat menjadi nasabah dalam hal ini di asumsikan sebagai minat beli. Menurut Kinneer dan Taylor (1995: 306) dalam (Effendy & Kunto, 2013), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar di laksanakan. Maka minat menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan.	minat beli Diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut : 1. Minat transaksional 2. Minat refrensional 3. Minat prefrensi 4. Minat eksplorati
---	---------------------------------	---	--

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian.⁵² Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan software SPSS. Penelitian ini dilakukan beberapa langkah terkait proses

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Uji validitas merupakan suatu pengukuran dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan

⁵²Astohar. *Efektivitas Strategi Pembelajaran Think TalkWrite (Ttw) Terhadap Hasil Belajar Biologi Pada Materi Pokok Virus Kelas X Ma Sunniyyah Selo Grobogan*. Skripsi. (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2010), 40.

diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria karakteristik sebagai berikut :

- a. Apabila r hitung $>$ r table (pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r table (pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.⁵³

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Koefisien yang tinggi berarti reliabilitas yang tinggi. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai CronbachAlpha $>$ 0,70.⁵⁴

3. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal.⁵⁵ Uji Normalitas dalam penelitian menggunakan metode P-P Plot (*Probability plot*), jika titik-titik data

⁵³Arikunto, S . *Produsen Penelitian* : suatu pendekatan praktek, Edisi Revisi (Jakarta : PT Rineka Cipta tahun 2002), 54.

⁵⁴Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Universitas Diponegoro. 2011), 122.

⁵⁵Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, & Martinus Budiantara. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. (Yogyakarta : Sibuku Media. 2017), 75.

mengikuti garis diagonalnya maka nilai residual berdistribusi normal, tetapi sebaliknya jika titik-titik data menjauh atau tidak mengikuti garis diagonalnya maka nilai residual tidak berdistribusi normal . Untuk mendapatkan akurasi nilainya menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, kriterianya jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian normal, sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam uji Multikolinearitas dilihat dari nilai VIF masing-masing variabel bebas (independen), jika nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas. Selain dilihat dari nilai VIF, uji Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance*, yaitu jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji Heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika varian tetap maka homoskedastisitas dan sebaliknya jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka heteroskedastisitas. Metode statistik yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak diantaranya Uji White, Uji Park, Uji Glejser, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas,

sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.⁵⁶

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu analisa untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan informasi sebuah data hasil penelitian yang lebih mudah dipahami dengan mengubah data mentahnya.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan regresi linear yang melibatkan dua atau lebih dari dua variabel, satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.⁵⁷ Adapun rumus yang digunakan dalam model regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan:

Y = variabel dependen

X1 = variabel independen pertama

X2 = variabel independen

kedua a , β_1 , dan β_2 = konstanta

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Untuk mengetahui variabel independen berpengaruh terhadap

⁵⁶Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, & Martinus Budiantara. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. (Yogyakarta : Sibuku Media. 2017),

⁵⁷Astuti, T., & Mustikawati, R. I). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. (Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, Jurnal 2No 1, 2013), 182–198.

variabel dependen secara individu maka dapat melihat nilai sig pada tabel coefficients pada hasil regresi. Jika nilai sig < 0,050 maka signifikan, namun jika sebaliknya nilai sig > 0,050 maka variabel independen secara individu tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Untuk menguji kelayakan model penelitian ini digunakan Uji Anova (uji F) dengan kriteria sebagai berikut:⁵⁸

1. Jika nilai F hitung > F tabel atau nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tepat dalam memprediksi variabel dependen.
2. Jika nilai F hitung < F tabel atau nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tidak tepat dalam memprediksi variabel dependen.

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1 dan X_2) atau sejauh mana kontribusi variabel independen (X_1 dan X_2) mempengaruhi variabel dependen (Y). Ciri-ciri nilai R^2 adalah:

- a. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1 jadi nilai R^2 terletak antara $0 \leq R^2 \leq 1$.
- b. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- c. Sedangkan nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.

⁵⁸Astuti, T., & Mustikawati, R. I). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. (Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, Jurnal 2No 1, 2013), 182–198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada awal berdiri merupakan salah satu program studi Ekonomi Syariah (ES) dan program studi Vokasi Perbankan Syariah (DIII PBS) yang berafiliasi di bawah Fakultas Syariah. Menindaklanjuti animo peminat calon mahasiswa masuk pada prodi ES dan DIII PBS, tim menginisiasi pemisahan dari Fakultas Syariah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi mendapat tambahan program studi yaitu berdasarkan keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor: 111 Tahun 2017 mengenai izin penyelenggaraan program studi Perbankan Syariah (PBS), Akuntansi Syariah (AKS), dan Manajemen Keuangan Syariah (MKS). Sehingga saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari 4 jurusan. Melalui berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi diharapkan akan lahir sarjana yang terdepan dan Inovatif dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis dengan semangat Entrepreneurship Islam sehingga dapat bersaing secara global di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam secara umum. Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diproyeksikan menjadi sarjana yang berkemampuan akademik dengan semangat religius, ducent, dynamic dan inclusive dengan semangat moderasi dan entrepreneurship islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

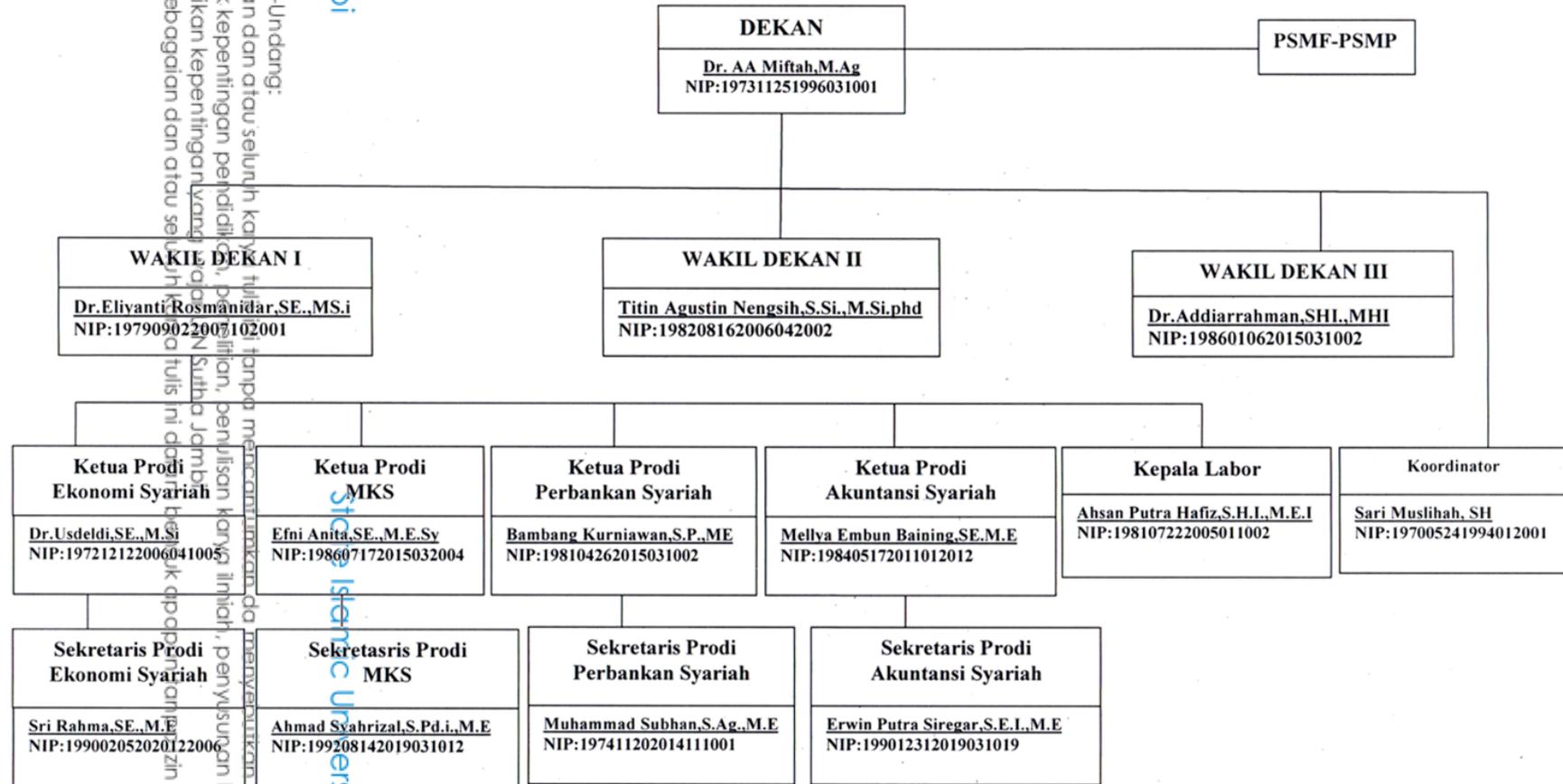
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi FEBI UIN STS Jambi



3. Visi dan Misi

a. Visi

Terwujudnya Fakultas sebagai Lokomotif perubahan sosial dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam dengan pradigma Transintegrasi ilmu, unggul nasional menuju internasional dengan semangat moderasi dan entrepreneurship islam 2031.

b. Misi

- 1) Mempercepat peningkatan kuantitas dan kualitas akreditasi program studi untuk meraih standar mutu nasional dan internasional.
- 2) Menciptakan fakultas yang berwibawa, tertib, indah, bersih, sehat, disiplin, aman, nyaman, toleran, moderan, dan menjadi model panutan masyarakat.
- 3) Meningkatkan kapasitas dan kapabilitas dosen dan calon alumni untuk berkompetisi di era Industrial Revolution 4.0 dan Society 5.0 d. Meningkatkan kualitas manajemen tata kelola layanan Tri Dharma berbasis teknologi informasi terkini demi kepuasan stakeholders.
- 4) Meningkatkan akselerasi pemahaman dan penerapan pradigma transintegrasi ilmu yang mendorong hasil kerja Tri Dharma yang inovatif, dengan semangat moderasi dan entrepreneurship islami.
- 5) Ikut berperan dalam internasionalisasi kampus melalui kerjasama regional dan global yang mutual benefits dengan menggunakan matrik Times Higher Education dan Webometriks.
- 6) Ikut berperan dalam meningkatkan pendapatan BLU untuk menunjang kualitas dan kuantitas pelaksanaan Tri Dharma perguruan tinggi serta kesejahteraan civitas akademika.⁵⁹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulttha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulttha Jambi

⁵⁹ <https://febi.uinjambi.ac.id/sample-page/>, accessed Mei 14, 2023

3. Identitas Responden

Pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi melalui grup-grup kelas untuk 97 responden sesuai dengan sampel yang diperlukan penulis. Data identitas responden pada penelitian ini terbagi dalam 3 kategori yaitu: Nama, Nomor Induk Mahasiswa, dan Jurusan. Berdasarkan hasil pengolahan data sebanyak 97 sampel dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa responden dari jurusan Ekonomi Syariah lebih banyak yaitu sebanyak 26 responden. Dapat dilihat dari tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Jumlah Responden

Jurusan	Jumlah	Persentase
Ekonomi Syariah	26	25,8 %
Manajemen Keuangan Syariah	25	23,7 %
Perbankan Syariah	23	23,7 %
Akuntansi Syariah	23	26,8 %
Jumlah	97	

(Sumber: Data Primer diolah 2023)

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data suatu hipotesis tergantung pada kualitas data yang digunakan dalam penelitian tersebut. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid dan reliabel uji yang digunakan ialah uji validitas dan uji realibilitas, berikut hasil uji kualitas data:⁶⁰

⁶⁰Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung) Alfabeta. 2016), 121

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk keabsahan data, dengan uji validasi peneliti dapat mengetahui data tersebut valid atau tidak. Cara mengetahuinya dengan menggunakan software SPSS. Uji validitas digunakan untuk membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Yang diperoleh sebesar 0,361.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Efektivitas

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel} 5%	Keterangan
X1.1	0,581	0,361	Valid
X1.2	0,680	0,361	Valid
X1.3	0,660	0,361	Valid
X1.4	0,698	0,361	Valid
X1.5	0,604	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Berdasarkan tabel 4.2 hasil dari uji validitas efektifitas didapatkan hasil bahwa seluruh butir pertanyaan pada presepsi efektifitas dalam penelitian ini adalah valid. Dengan ketentuan rumus yang ada yakni, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut adalah valid. Pertanyaan variabel efektifitas lebih besar dari r_{tabel} 0,361.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Promosi

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel} 5%	Keterangan
X2.1	0,793	0,361	Valid
X2.2	0,803	0,361	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

X2,3	0,894	0,361	Valid
X2.4	0,707	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Berdasarkan tabel 4.3 hasil dari uji validitas promosi, menunjukkan bahwa butir pertanyaan pada presepsi promosi adalah valid. Dengan ketentuan rumus, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut adalah valid. Pertanyaan pada variabel promosi lebih besar dari r_{tabel} 0,361.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah BSI

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel} 5%	Keterangan
Y.1	0,696	0,361	Valid
Y.2	0,875	0,361	Valid
Y.3	0,803	0,361	Valid
Y.4	0,707	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan hasil bahwa data yang telah terkumpul dinyatakan valid. Dengan ketentuan rumus, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut adalah valid. Pertanyaan pada variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) lebih besar dari r_{tabel} 0,361

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya jika alat ukur yang digunakan tersebut

bersifat stabil, dapat diandalkan dan dapat diramalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Efektivitas (X_1)	0,641	5	Reliabel
Promosi (X_2)	0,810	4	Reliabel
Minat (Y)	0,758	4	Reliabel

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Berdasarkan tabel 4.5 mendapatkan hasil nilai koefisien reliabilitas variabel efektivitas sebesar 0,641, nilai koefisien reliabilitas variabel promosi sebesar 0,810, dan nilai koefisien reliabilitas variabel minat sebesar 0,758. Hal ini menunjukkan semua nilai koefisien reliabilitas variabel lebih besar dari *Cronbach's Alpha* > 0,60.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah variabel tersebut menyimpang atau tidak dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov smirnov, yang bertujuan untuk menguji apakah ada data yang telah dikumpulkan yang bersifat distribusi normal atau tidak. Jika nilai Sig < 0.05, maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig > 0.05, maka data berdistribusi normal yang berarti memiliki sebaran yang merata sehingga mewakili populasi dan dapat dikatakan sebagai data yang baik.⁶¹

⁶¹Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Semarang: UNDIP, 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4.6
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,16424844
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,053
	Negative	-,041
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui nilai signifikansi 0,200 > 0,05 maka disimpulkan nilai residual berdistribusi normal, dan model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.⁶² Penelitian ini menguji multikolinearitas dengan cara melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflasi Factor* (VIF) pada model regresi. Apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10,00 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

⁶²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: UNDIP)

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,452	1,709		,850	,398		
EFEKTIVITAS	,613	,095	,548	6,435	,000	,902	1,108
PROMOSI	,143	,072	,168	1,970	,052	,902	1,108

a. Dependent Variable: MINAT

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui tingkat efektivitas dari variabel (X_1) nilai tolerance $0,902 >$ dari $0,10$ dan nilai VIF $1,108 <$ $10,00$, selanjutnya tingkat promosi (X_2) nilai tolerance $0,902 >$ dari $0,10$ dan nilai VIF $1,108 <$ $10,00$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* lebih dari $0,10$ dan nilai VIF lebih kecil dari 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variancedari* residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari suatu residual suatu pengamat kepengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah terjadinya homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.⁶³ Dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,632	,974		3,729	,000

⁶³Ghozali, aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 , Edidi 8 (Semarang:Badan Penerbit Universitas Ponorogo) 2016. hlm 139

Efektivitas	-,039	,054	-,074	-,716	,476
Promosi	-,100	,041	-,253	-2,427	,017

a. Dependent Variable: Abs_RES

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
2. Jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisitas

Dari tabel 4.8 diatas dapat diketahui nilai hasil uji heteroskedastisitas variabel efektivitas sebesar $0,476 > 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan variabel promosi mendapatkan hasil $0,017 > 0,05$, maka maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini berguna untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variable independen terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu efektivitas dan promosi terhadap variabel dependen yaitu minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.9

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,452	1,709		,850	,398
	Efektifitas	,613	,095	,548	6,435	,000
	Promosi	,143	,072	,168	1,970	,052

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai konstanta

(nilai α) sebesar 1,425 dan untuk Efektivitas (nilai β) sebesar 0,613 , untuk Promosi (nilai β) sebesar 0,143. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

$$Y = 1,452 + 0,613.X_1 + 0,143.X_2 + e$$

Interpretasinya :

1. Nilai konstanta a sebesar 1,452 nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel efektivitas belum di pengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel efektifitas (X_1) dan variabel promosi (X_2) Jika variabel indeviden tidak ada maka variabel minat tidak mengalami perubahan.
2. Nilai kofisien Efektivitas (X_1) Sebesar 0,613 menunjukkan bahwa variable efektifitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat (Y) yang berharti setiap kenaikan 1 variable efektifitas maka akan mempengaruhi minat sebesar 0,613 dengan asumsi variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai kofisien Promosi (X_2) Sebesar 0,143 menunjukkan bahwa variable promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat (Y) yang berharti setiap kenaikan 1 variable maka akan mempengaruhi minat sebesar 0,143 dengan asumsi variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji f. Uji t ialah digunakan untuk menguji suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang memberikan pengaruh secara parsial, sedangkan uji t ini digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) terhadap variabel terikat secara simultan atau bersamaan.⁶⁴

a. Uji t (Parsial)

Tujuan uji t adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen yaitu efektivitas dan promosi terhadap variabel dependen yakni minat menjadi nasabah Bank

⁶⁴ Nachrowi dan Hadrius Usman, hlm.25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Syariah Indonesia. Menurut Ghozali pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria uji statistik t:⁶⁵

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh diantara variabel independen dan dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen dan dependen memiliki pengaruh

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa hasil pada t_{tabel} sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,452	,701		2,072	,041
	efektivitas	,613	,039	,783	15,694	,000
	promosi	,143	,030	,240	4,805	,000

a. Dependent Variable: Minat

$DF = N - K = 97 - 3 = 94$, untuk mengetahui t_{tabel} dengan melihat lembaran *statistic*, dengan melihat kolom ke 94 sebesar 1,662. Nilai uji t dikatakan berpengaruh jika $t_{hitung} > 1,662$.

Berdasarkan tabel 4.10 hasil yang didapat dari pengujian yang telah dilakukan nilai:

⁶⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2016)

1. Pengaruh Presepsi Efektivitas Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 maka didapatkan nilai signifikan variabel efektivitas (X_1) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} $15,694 > 1,662$. Maka disimpulkan bahwa H_{a1} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel presepsi efektivitas berpengaruh positif terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

2. Pengaruh Presepsi Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 ditemukan nilai signifikan variabel efektivitas (X_2) sebesar $0,000 > 0,05$ dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,805 > 1,662$. Sehingga dapat disimpulka bahwa H_{a2} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel presepsi promosi secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

b. Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali uji f bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersamaan mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terkait dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Pengambilan kesimpulan dapat dilihat dari tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan uji f yaitu sebagai berikut:⁶⁶

1. jika nilai $Sig\ f < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua varibel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

⁶⁶Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariet dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



2. sedangkan jika nilai $\text{Sig } f > 0,05$ H_0 diterima. Dan jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (signifikan) sedangkan jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima (tidak signifikan).

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel persepsi efektivitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Berikut ini hasil uji f :

Tabel 4.11
Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282,009	2	141,004	175,351	,000 ^b
	Residual	75,588	94	,804		
	Total	357,597	96			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), promosi, efektivitas

Berdasarkan tabel 4.11 hasil perhitungan yang didapat bahwa hasil f_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$df1 = k-1 \text{ dan } df2 = n-k$$

$$\text{maka : } df1 = 3-1 = 2, df2 = 97-3 = 94, f_{\text{tabel}} = 3,093$$

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai signifikan dari persepsi efektivitas (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ ($175,351 > 3,093$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi efektivitas dan promosi secara simultan bersamaan terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

5. Hasil Uji Kofisien Determinasi (R^2)

Nilai kofisien dererminasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait. Nilai kofisien determinasi menggunakan R^2 .

Tabel 4.12
Hasil Uji Kofisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,789	,784	,897

a. Predictors: (Constant), promosi, efektivitas

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai R^2 dan

Adjusted R Square yaitu:

$$R^2 = 0,789$$

Interpretasinya:

Berdasarkan tabel 4.9 dipengaruhi nilai R^2 sebesar 78.9% jadi bisa dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel efektivitas (X_1) dan (X_2) berpengaruh terhadap minat (Y) sebesar 0.789 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Hasil dari *Adjusted R Square* (kofisien determinasi) nilai sebesar 0.789 atau 78.9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X_1) dan (X_2) terhadap (Y) memberikan pengaruh 78.9% dan sisanya 21.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. *Standard Error of the Estimate*, adalah ukuran kesalahan dalam prediksi, nilai sebesar 0,897. Artinya kesalahan dalam memprediksi Y sebesar 8,97%.

C Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh persepsi efektivitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, pengaruh variabel bebas secara parsial dengan menggunakan uji t, berikut penjelasan untuk masing-masing variabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. Pengaruh Variabel Efektivitas Pembukaan Rekening Online Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui bahwa nilai signifikansi variabel efektivitas sebesar $0,000 < 0,05$, dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $15,694 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi efektivitas pembukaan rekening online memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthra Thaha Saifuddin Jambi. Artinya semakin tinggi tingkat efektivitas yang dirasakan nasabah dengan layanan pembukaan rekening online maka semakin tinggi pula minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, namun sebaliknya semakin rendah tingkat efektivitas yang dirasakan maka semakin rendah pula minat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Tingkat efektivitas merujuk pada kemudahan yang diasumsikan proses secara efektif telah mencapai tujuan dalam pembukaan rekening online. Tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang besar untuk pengoprasiannya khususnya bagi kalangan mahasiswa yang selalu bergantung pada telepon seluler. Semakin tinggi efektivitas layanan pembukaan rekening online pada Bank Syariah Indonesia, maka semakin tinggi pula minat untuk menjadi nasabah dan begitupun sebaliknya semakin rendah layanan efektivitas pembukaan rekening online, semakin rendah pula minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Dalam industri perbankan syariah harus tetap menjaga serta meningkatkan keefektivitasan dalam layanan pembukaan rekening online agar dapat menarik minat dan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah sehingga berdampak pada minat nasabah yang semakin tinggi.

Bagi nasabah yang memiliki waktu terbatas, maupun yang memiliki tempat tinggal yang jauh dari kantor cabang Bank Syariah Indonesia dapat melakukan pembukaan rekening dengan cepat tanpa harus datang langsung ke kantor cabang dan harus mengantri, hanya dengan mengakses aplikasi BSI *Mobile* menggunakan telepon seluler, layanan pembukaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthra Jambi



rekening online sangat memudahkan nasabah khususnya di kalangan mahasiswa. Layanan ini bisa dilakukan dimana saja kapan saja sehingga dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya lebih efisien dibanding harus datang langsung ke kantor cabang.

Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Inggar Dwi Rani;⁶⁷ Muhammad Wildan;⁶⁸ Nabila Rachmadhania, Wilopo, dan Edriana Pangestut 2017;⁶⁹ Taruna Risla Hanifa & Imam Mukhlis;⁷⁰ dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel efektivitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat, dan teori yang ditemukan oleh Sondang P. Siagian, efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prsarana dalam jumlah jumlah tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dilakukannya. Efektivitas merupakan unsur pokok urntuk mencapai sebuah tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap kegiatan maupun program. Dikatakan efektif jika tercapainya tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.⁷¹

2. Pengaruh Variabel Promosi Pembukaan Rekening Online Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui bahwa nilai signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 > 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,805 > 1,662$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh

⁶⁷ Inggar Dwi Rani, Tesis “Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dimasa Pandemi Covid 19” (Jawa Timur:04 Februari 2022)

⁶⁸ Muhammad Wildan, Tesis “Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH)” (Semarang:12 Juni 2019)

⁶⁹ Nabila Rachmadhania, Wilopo, dan Edriana Pangestut, “Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Manca Negara Ke DKI Jakarta” Vol. 46 No. 1 Jurnal Administrasi Bisnis (Mei 2017)

⁷⁰ Taruna Risla Hanifa & Imam Mukhlis “Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Teknology Acceptance Model” Vol. 9 No. 2 Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Mnjajemen (2022)

⁷¹ Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



positif terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Kegiatan dari promosi adalah hal yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka untuk membeli suatu merk barang tertentu.⁷² Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tak terkecuali Bank Syariah Indonesia untuk memasarkan produknya dengan harapan agar nasabah dapat mengetahui lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan dan dapat menimbulkan rasa ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut. Promosi berpengaruh terhadap pembelian konsumen, apabila promosi di persepsikan oleh konsumen maka ini akan meningkatkan kualitas promosi, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah usaha penjualan (*sales effort*), dimana sebagian produsen mengenalkan produk-produknya dengan promosi melalui media cetak, brosur, bahkan melalui internet.⁷³

Dalam penelitian ini promosi pembukaan rekening online, diharapkan mampu untuk menarik minat nasabah untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia khususnya dikalang mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Kegiatan promosi ini sebenarnya merupakan strategi atau langkah Bank Syariah Indonesia untuk lebih banyak lagi menarik minat nasabah. Dalam layanan pembukaan rekening online ini adanya promosi membuat nasabah mengetahui terkait kemudahan yang ada pada pembukaan rekening online tanpa harus datang langsung ke kantor cabang maupun kantor pusat Bank Syariah Indonesia, nasabah

⁷² Titin Agustin Nengsih, Muhammad Maulana Hamzah, Anisah “*Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya*” Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah (Al-Mashrafiyah: Vol. 5 No. 2, Oktober 2021)

⁷³ Widia Aliyusna, Rafidah, GWI Awal Habibah, “*Pengaruh Promosi, sertifikasi halal dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake’ Jambi*” Vol 11, Jurnal Emiah Hospitality 1153, (2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



hanya perlu mengakses aplikasi BSI *Mobile* dengan menggunakan telepon seluler.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahru Rizky NST & Hanifah Yasin;⁷⁴ Tri Astuti & Rr Indah Mustikawati;⁷⁵ Arief Adi Satria;⁷⁶ dalam penelitiannya mengatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat. Didukung dengan teori yang ditemukan oleh Tjiptono yang menyatakan bahwa promosi merupakan bentuk dari komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasarannya berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk pasar sasaran atas agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁷⁷

3. Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai signifikan dari persepsi efektivitas (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($175,351 > 3,093$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi efektivitas dan promosi secara simultan bersamaan terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,385 atau 38.5% yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel (X_1) dan (X_2) terhadap

⁷⁴ Rizky NST & Hanifah Yasin "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beliperumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan" Vol. 14 No. 02, Jurnal Manajemen & Bisnis (Oktober 2014)

⁷⁵ Tri Astuti & Rr Indah Mustikawati "Pengaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah" Nominal Barometer 2 182-189 (2013)

⁷⁶ Arief Adi Satria "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belikonsumen Pada Perusahaan A-36" Vol. 2 No. 1 Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis (April 2017)

⁷⁷ Jurnal Performa, *Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 03, Nomor 4 (Oktober:2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



(Y) memberikan pengaruh sebesar 38.5% dan sisanya sebesar 61.5% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, mengenai efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

1. Variabel efektivitas pembukaan rekening online (X_1) berpengaruh terhadap variabel dependen minat menjadi nasabah (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari uji T dengan nilai signifikansi pada variabel efektivitas pembukaan rekening online sebesar $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas pembukaan rekening online berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah maka H_0 ditolak H_1 diterima.
2. Variabel promosi pembukaan rekening online (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen minat menjadi nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_2 diterima.
3. Variabel efektivitas pembukaan rekening online (X_1) dan promosi pembukaan rekening online (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji f bahwa jumlah nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($175,351 > 3,093$). Dengan nilai signifikansi sebesar sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_3 diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mendapatkan sebuah hasil bahwa efektivitas pembukaan rekening online dan promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Selanjutnya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi, memberikan dampak/implikasi terhadap lembaga atau pihak terkait agar dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti atau pengembangan ilmu pengetahuan dan lain sebagainya.

C. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 2 variabel independen yaitu (variabel efektifitas dan promosi) dan 1 variabel dependen yaitu (minat menjadi), untuk penelitian selanjutnya penulis berharap agar dapat meneliti variabel yang lebih bervariasi, seperti ditambahkan variabel manfaat, keamanan, keputusan dan variabel lainnya yang bersangkutan.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil observasi dan penelitian yang telah penulis lakukan, peneliti menyarankan agar Bank Syariah Indonesia agar selalu konsisten dalam meningkatkan efektivitas layanan yang ditawarkan pada fitur pembukaan rekening online serta menciptakan inovasi dan strategi yang menarik dalam membuat promosi di berbagai platform digital serta sosialisasi terhadap mahasiswa untuk dapat tertarik membuka rekening secara online agar dapat menarik minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa khususnya di Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi agar dapat mempergunakan dengan sebaik-baiknya fasilitas yang telah di berikan oleh Bank Syariah Indonesia berupa kemudahan pembukaan rekening secara online yang dapat mempersingkat waktu mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



DAFTAR PUSTAKA

A. Literatur

Amirul , Alamsyahril , *Good Governance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik* (Jakarta : Cv. Pustaka Learning Center . tahun 2020)

Arikunto, S . *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktek*, Edisi revisi 2014 (Jakarta : PT Rineka Cipta tahun 2014)

Bakry. *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. (Yogyakarta:Deepublish. 2016),

Trinovie, Dede Rawung, *Metode Penarikan Sampel Diklat Statistisi Ahli Bps Angkatan Xxi* (Jakarta : tahun 2020)

Agama RI, Departemen Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: CV Diponogoro, 2014),

Dr.A.A. Miftah,M.Ag dan Dr. Rafidah, SE, M. EI , *Tim PenulisBuku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Universitas Islam Negri Sulthan thaha Saifuddin Jambi. Tahun 2022)

Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit (Universitas Diponegoro. 2018)

Ghozali,aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 , Edisi 8 (Semarang:Badan Penerbit Universitas Ponorogo 2016)

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran: Edisi Revisi*. (Penerbit CV. Andi OFFset. Yogyakarta 2015)

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010),

Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu, 2020)

Usman ,Husaini, *Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014),

Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer (Edisi3)*(Salemba Empat. Tahun 2013)

Mappiare, A. *Psikologi Remaja*. (Surabaya Usaha Nasional. Tahun 1982)

Edwin, Mustafa Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006).

Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, & Martinus Budiantara. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. (Yogyakarta : Sibuku Media. 2017)

Yonita, Oci Marhari, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*,(Bandung, AlMaghfiroh, 2012)

Siyoto, S., & Sodik, A. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta,Literasi Media, 2015)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung Alfabeta. 2016)

Siregar, S. Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss. In (Jakarta:Kencana, 2017)

Umar Husain. *Metode Riset Bisnis*. Edisi 2-12 (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)

Wagiran. *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Teori Dan Implementasi)*.(Yogyakarta, Deepublish, 2015),

B. Jurnal

Astuti, T., & Mustikawati, R. I). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. (Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, Jurnal 2 No 1, 2013)

Dahliani , *Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kotabaru* Jurnal Ekonomi Bisnis Islam perbankan syariah vol 5 no 1 , (Universitas Antasari,tahun 2021)

Effendy, Y. A., & Kunto, Y. S.. *Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari.*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1(2) (Tahun 2013)

Ayuni,Ifti *Peran Webform Terhadap Pembukaan Rekening Tabungan Online Di BSI Kcp Medan Pulo Brayan.* Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah, Vol 2 ,No 1 (Universitas Muhammadiyah Aceh 2022)

Jurnal Performa, *Manajemen dan Start-Up Bisnis.* Volume 03, Nomor 4 (Oktober:2018)

Mashuri, Jumari Toha. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19.* Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah Vol 8 No 2.(Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan-Madura,Tahun 2022)

Nurlian , *Minat Masyarakat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buka Rekening Online) Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan,* Vol 2 No 2(Universitas Islam Kuantan Singigi, tahun 2021)

Rahmadani,Lesty Zul Azmi. *Efektivitas Pembukaan Rekening Secara Online Melalui Layanan Digital Saving Pada Bank BRI Kantor Kas Chevron Rumbai.* Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen, Vol. 2 No. 2 (Universitas Muhammadiyah Riau, tahun 2022)

Rahmawati, *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor,* jurnal ekonomi dan bisnis islam universitas mulawarman. (tahun 2017)

Rosalina, I. *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Magetaan*. Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat. (Universitas Negeri Surabaya, 2014)

Nur, Risa Fauzi. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Vol 9 No 1, (Universitas Negeri Yogyakarta ,Tahun 2020)

Saifudin, *Pengaruh Iklan Islami Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Matahari Dept. Store di Jawa tengah*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam 07 no 2,(desember 2019),

Sa'diyah, W., & Marlina, N. *Use of e-toll Cards: Satisfied Consumers?* Jurnal Manajemen Motivasi, No 14 vol 2, (Tahun 2018)

Titin Agustin Nengsih, Muhammad Maulana Hamzah, Anisah “*Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya*” Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah (Al-Mashrafiyah: Vol. 5 No. 2, Oktober 2021)

Widia Aliyusna, Rafidah, GWI Awal Habibah, “*Pengaruh Promosi, sertifikasi halal dan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake' Jambi*” (Vol 11, Jurnal Ilmiah Hospitality 1153, Desember 2022)

Wahab, Wirdayani. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 1 No 2, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau, Tahun 2016)

C. Skripsi / Tesis

Andri, Agus Zuliyansah. *Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank*

Syariah (*Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal*). Skripsi (IAIN Salatiga.Tahun 2020)

Astohar. *Efektivitas Strategi Pembelajaran Think TalkWrite (Ttw) Terhadap Hasil Belajar Biologi Pada Materi Pokok Virus Kelas X Ma Sunniyyah Selo Grobogan*. Skripsi.(Universitas Islam Negeri Walisongo, 2010)

Laela, Dara, Yuhana Nifa ‘*Pengaruh Efektivitas dan Religious Activity BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Dimasa Pandemi*’ Skripsi (Universitas Islam Indonesia, 2021)

Irawati, R. (2011). *Fungsi dan peranan Dewan pengawas Syariah di Unit Usaha Syariah T. Bank “X” Dikaitkan dengan Pelaksanaan Good Corporate Governance*. (Universitas Indonesia Fakultas Hukum Program Studi Magister Kenotariatan Depok, Tesis tahun 2011),

Refomarvio, *Pengaruh Model Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah(Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Bandar Lampung)* (Diploma Thesis Uin Raden Intan, 2022).

Refomarvio, *Pengaruh Model Layanan Pembukaan Rekening Online Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah(Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Bandar Lampung)* (Diploma Thesis Uin Raden Intan Tahun 2022),

Rukmanasari F, Skripsi: “*Pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*. “ (Semarang:2017),

Yusmaina, I. *Efektivitas dan Resiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM)*.Skripsi (Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2013)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Zahra, D. *Efektivitas Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Pusat Metro)*.Skripsi. (IAIN Metro, 2020)

Zuliyansah, A. *Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal)*.Skripsi (IAIN Salatiga,2020)

D. Lain-lainnya

<http://keuangan.kontan.co.id> di Akses pada tanggal 15 agustus 2022

sumber: <https://bsimobile.co.id> di akses pada tanggal 16 agustus 2022

<https://www.kemkes.go.id/article/view/20031600011/pertanyaan-dan-jawaban-terkait-covid-19.html> di Akses Pada Tanggal 15 agustus 2022

<https://febi.uinjambi.ac.id/sample-page/>, accessed Mei 14, 2023

Dilihatya. Com, <http://dilihatya.com/2664/pengertian-efektivitas-menurut-para-ahli-adalah>, di akses pada 10 Agustus 2023

Riwayat Hidup



A. Identitas Diri

Nama : Nurzilawati
NIM : 502190064
Tempat , Tanggal Lahir : Merak, 17 Mei 2002
Alamat : Jl. Industri Dusun Cahaya Muda, Desa Pulau Kecil, Kec. Reteh, Kab. Indragiri Hilir, Provinsi Riau
No HP : 082247050185
Email : nurzilawati175@gmail.com
Nama Ayah : Junaidek
Nama Ibu : Martini

B. Latar Belakang Pendidikan:

1. 2007 - 2013 : SD N 012 Pulau Kecil
2. 2013 - 2016 : SMP Islam Alhusniyah Pulau Kijang
3. 2016 - 2019 : SMA Islam Alhusniyah Pulau Kijang

C. Pengalaman Organisasi

- 2019 - 2022 : Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
2020 - 2021 : Sekretaris Bidang Pendidikan dan Kajian Ilmiah
Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah (HMJ)

D. Motto Hidup: “Lakukan dengan ikhlas, Maka hal baik akan selalu menyertai”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

RANCANGAN KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi Terhadap Minat Minat Menjadi Nasabah Banksyariah Indonesia (Studi Mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI)”

A. Kriteria responden

1. Mahasiswa aktif FEBI UIN STS JAMBI yang merupakan nasabah BSI
2. Pernah melakukan pembukaan rekening online
3. Sudah pernah melakukan transaksi

B. Identitas Responden

NAMA:

NIM:

JURUSAN:

C. Kuesioner ini berisi pertanyaan variabel independen dan dependen.

Petunjuk pengisian kuesioner;

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

Variabel pertanyaan

1. Efektivitas Pembukaan Rekening Online

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Hadirnya fitur pembukaan rekening online pada bank syariah indonesia sangat memudahkan dalam kondisi saat ini					
2	Fitur ini memudahkan dan mempercepat waktu untuk melakukan pembukaan rekening					
3	Layanan/kinerja pembukaan rekening online secara keseluruhan memberikan anda kepuasan					
4	Langkah-langkah layanan pembukaan rekening online jelas dan mudah dipahami					
5	Dalam pembukaan rekening online BSI menambah fitur biometrik untuk memberikan kecepatan, kemudahan dan seamless (lancar)					

2. Promosi Pembukaan Rekening Online

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Anda mendapatkan rekomendasi dari teman, keluarga, atau orang lain, yang sudah menjadi nasabah di BSI					
2	Bank Syariah Indonesia memberikan iklan yang baik dan jelas dengan menggunakan, media seperti iklan di televisi, brosur dan lainnya					
3	Bank Syariah Indonesia memberikan promo berupa chasback bagi nasabah yang mengajak dan diajak dalam pembukaan rekening online					
4	Langkah-langkah layanan pembukaan rekening online jelas dan mudah dipahami					

3. Minat Menjadi Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Anda terdorong membuka rekening secara online atas keinginan dari dalam diri sendiri karena dapat mempermudah dimanapu dan kapanpun srta mempersingkat waktu					
2	Anda merekomendasikan pembukaan rekening online pada BSI kepada orang lain					
3	Anda selalu mencari informasi mengenai pembeharuan produk tabungan BSI serta langkah-langkah melalui fitur rekening online					
4	Anda selalu mencari informasi mengenai keunggulan produk dan kesesuaian produk terhadap akad					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultna Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultna Jambi

Lampiran 1. Jumlah Responden

Jurusan	Jumlah	Persentase
Ekonomi Syariah	26	25,8 %
Manajemen Keuangan Syariah	25	23,7 %
Perbankan Syariah	23	23,7 %
Akuntansi Syariah	23	26,8 %
Jumlah	97	

(Sumber: Data Primer diolah 2023)

Lampiran 2. Uji validitas

Hasil Uji Validitas X1 (Efektivitas)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,289	,017	,319	,185	,581**
	Sig. (2-tailed)		,121	,930	,086	,329	,001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,289	1	,320	,283	,267	,680**
	Sig. (2-tailed)	,121		,085	,129	,154	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,017	,320	1	,383*	,386*	,660**
	Sig. (2-tailed)	,930	,085		,036	,035	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,319	,283	,383*	1	,265	,698**
	Sig. (2-tailed)	,086	,129	,036		,157	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,185	,267	,386*	,265	1	,604**
	Sig. (2-tailed)	,329	,154	,035	,157		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	,581**	,680**	,660**	,698**	,604**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

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

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

Hasil Uji Validitas Efektivitas

Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel 5%}	Keterangan
X1.1	0,581	0,361	Valid
X1.2	0,680	0,361	Valid
X1.3	0,660	0,361	Valid
X1.4	0,698	0,361	Valid
X1.5	0,604	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Hasil Uji Validitas X2 (Promosi)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,502**	,641**	,419*	,793**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,021	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,502**	1	,602**	,427*	,803**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,019	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,641**	,602**	1	,547**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,419*	,427*	,547**	1	,707**
	Sig. (2-tailed)	,021	,019	,002		,000
	N	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	,793**	,803**	,894**	,707**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Hasil Uji Validitas Prmosi

Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel 5%}	Keterangan
X2.1	0,793	0,361	Valid
X2.2	0,803	0,361	Valid
X2,3	0,894	0,361	Valid
X2.4	0,707	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Hasil Uji Validitas Y (Minat)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,401 [*]	,290	,420 [*]	,696 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,028	,121	,021	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,401 [*]	1	,730 ^{**}	,581 ^{**}	,875 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,028		,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,290	,730 ^{**}	1	,361 [*]	,803 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,121	,000		,050	,000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,420 [*]	,581 ^{**}	,361 [*]	1	,707 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,021	,001	,050		,000
	N	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	,696 ^{**}	,875 ^{**}	,803 ^{**}	,707 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah BSI

Item	R_{hitung}	$R_{tabel\ 5\%}$	Keterangan
Pertanyaan			
Y.1	0,696	0,361	Valid
Y.2	0,875	0,361	Valid
Y.3	0,803	0,361	Valid
Y.4	0,707	0,361	Valid

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Lampiran 3. UJI Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15,30	5,941	,283	,647
X1.2	15,43	5,495	,439	,566
X1.3	15,50	5,500	,390	,592
X1.4	15,30	5,528	,483	,546
X1.5	15,40	6,317	,412	,588

Hasil Uji Reabilitas X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	9,43	7,495	,643	,757
X2.2	9,60	6,869	,624	,764
X2.3	10,33	5,402	,750	,704
X2.4	9,03	8,516	,553	,800

Hasil Uji Reabilitas Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	11,03	4,309	,423	,780
Y.2	11,47	3,775	,758	,591
Y.3	11,47	3,637	,574	,699
Y.4	10,93	4,961	,556	,719

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Efektivitas (X ₁)	0,641	5	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,810	4	Reliabel
Minat (Y)	0,758	4	Reliabel

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Lampiran 4. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,16424844
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,053
	Negative	-,041
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Lampiran 5. Uji Multikolinearitas

Stc

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,452	1,709		,850	,398		
	EFEKTIVITAS	,613	,095	,548	6,435	,000	,902	1,108
	PROMOSI	,143	,072	,168	1,970	,052	,902	1,108

a. Dependent Variable: MINAT

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Suthan Thaha Saifuddin Jambi

Lampiran 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,632	,974		3,729	,000
	Efektivitas	-,039	,054	-,074	-,716	,476
	Promosi	-,100	,041	-,253	-2,427	,017

a. Dependent Variable: Abs_RES

(Sumber Data Primer diolah dengan SPSS.22)

Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,452	1,709		,850	,398
	Efektifitas	,613	,095	,548	6,435	,000
	Promosi	,143	,072	,168	1,970	,052

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 8. Hasil Uji Kofisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,789	,784	,897

a. Predictors: (Constant), promosi, efektivitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Lampiran 9. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,452	,701		2,072	,041
	efektivitas	,613	,039	,783	15,694	,000
	promosi	,143	,030	,240	4,805	,000

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 10. Hasil Uji Simultan (f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282,009	2	141,004	175,351	,000 ^b
	Residual	75,588	94	,804		
	Total	357,597	96			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), promosi, efektivitas

Lampiran 11 Dokumentasi Foto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Tabel Tabulasi

NO Responden	EFEKTIVITAS X1					Total_X1	PROMOSI X2				Total_X2	MINAT Y				Total_Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
2	4	5	2	2	3	16	4	3	3	3	13	5	4	3	4	16
3	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	14	4	3	3	4	14
4	4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
5	4	5	5	5	4	23	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
7	4	3	3	4	4	18	2	2	1	3	8	3	4	3	4	14
8	4	2	3	4	3	16	4	3	2	5	14	3	4	4	3	14
9	5	5	3	5	3	21	2	1	3	5	11	5	2	3	4	14
10	4	3	4	3	3	17	3	3	2	3	11	4	3	3	4	14
11	2	3	3	3	4	15	4	4	3	4	15	2	3	2	4	11
12	2	3	4	4	3	16	3	4	3	4	14	3	3	4	3	13
13	3	3	4	4	3	17	2	2	1	2	7	3	3	3	4	13
14	4	5	5	4	4	22	2	2	2	3	9	3	4	4	4	15
15	3	3	4	5	3	18	3	4	2	3	12	3	5	4	5	15
16	3	4	5	3	4	19	4	3	2	4	13	3	4	4	5	15
17	5	4	4	5	4	22	3	3	2	4	12	4	4	4	4	16
18	3	4	3	4	5	19	3	3	2	4	12	4	4	3	3	14
19	4	4	3	5	4	20	3	3	2	4	12	3	3	5	4	15
20	3	4	4	3	4	18	4	3	1	3	11	3	3	4	3	13
21	3	3	4	3	4	17	3	3	1	4	11	4	4	3	4	15
22	5	4	4	5	5	23	3	3	1	3	10	5	4	4	4	17
23	3	4	3	3	3	16	4	4	2	3	13	3	3	4	3	13
24	3	4	4	4	4	19	2	3	1	4	10	4	3	3	4	14

Cipta Dilindungi Undang-undang
 Pengutipan hanya untuk
 Pengutipan tidak meru
 orang memperbaruyat
 k UIN Sutha Jam
 State Islamic University of Sulthnan Thaha Saifud
 Cipi Dilindungi Undang-undang
 Pengutipan hanya untuk
 Pengutipan tidak meru
 orang memperbaruyat
 k UIN Sutha Jam
 State Islamic University of Sulthnan Thaha Saifud
 Cipta Dilindungi Undang-undang
 Pengutipan hanya untuk
 Pengutipan tidak meru
 orang memperbaruyat
 k UIN Sutha Jam
 State Islamic University of Sulthnan Thaha Saifud

79	4	4	3	4	3	18	2	3	2	4	11	4	3	3	4	14
80	4	5	4	4	3	20	3	2	2	3	10	4	3	3	3	13
81	4	5	3	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	3	5	17
82	3	3	3	4	3	16	2	3	4	2	11	3	3	3	3	12
83	5	3	4	4	3	19	4	3	5	3	15	4	5	3	4	16
84	4	3	3	5	5	20	5	1	2	3	11	5	4	4	3	16
85	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	4	5	15
86	3	2	3	5	2	15	3	2	1	4	10	4	3	3	4	14
87	5	4	2	4	4	19	2	2	2	4	10	4	3	3	3	13
88	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
89	3	3	5	5	5	21	4	2	2	1	9	5	1	5	5	16
90	4	3	3	1	2	13	5	5	5	5	20	1	2	4	4	11
91	2	2	5	2	4	15	1	5	1	4	11	2	4	3	3	12
92	3	3	3	2	5	16	2	2	2	5	11	3	2	4	3	12
93	3	3	2	2	4	14	3	1	1	3	8	2	2	2	3	9
94	3	3	4	4	4	18	2	3	3	2	10	3	3	3	4	13
95	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13
96	2	2	3	2	2	11	5	1	2	2	10	3	2	2	3	10
97	3	2	3	2	3	13	2	2	1	4	9	3	2	3	3	11

Cipta Dilindungi Undang-undang
 Pengarang hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 Pengutipan tidak menimbulkan kerugian kepada pihak lain.
 orang memperbarui

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin

dipun tanpa izin UIN Sultha Jambi