

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran



Disusun Oleh :

SITI AISYAH

20200510161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

SITI AISYAH
20200510161

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

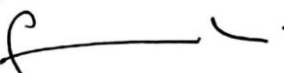
Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



R. H. Dikdik Hariadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055



Fahmi Yusuf, S.Kom., M.M.S.I., Ph.D
NIK. 41038021124



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

SITI AISYAH
20200510161

Telah diseminarkan pada tanggal 15 Juni 2024
dan disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Lili Karmela F. S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F. S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masrroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ni :

Nama : Siti Aisyah
NIM : 20200510161
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**. Benar asli hasil saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya.

Kuningan, September 2024
Penulis,



Siti Aisyah
NIM:20200510161

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali." - HR Tirmidzi

“Ya Allah, Jadikanlah skripsi ini sebagai langkah awal untuk perjalanan karir saya. Semoga Engkau menjadikan saya seorang yang berguna bagi agama, bangsa, negara dan memberkahi setiap langkah saya di masa depan.”

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini saya persembahkan untuk kebaikan umum dan pengamalan atas ilmu yang sudah saya tempuh selama 4 tahun.

Rasulullah Muhammad SAW bersabda:

“Khairunnaas ‘Anfauhum Linnaas”

(Sebaik-baik manusia, adalah yang bermanfaat bagi manusia yang lain)

ABSTRAK

Siti Aisyah, 20200510161. 2024, “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)” Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Di bimbing oleh Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si dan Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pertumbuhan market share perbankan syariah yang rendah, faktanya terjadi di Kabupaten Kuningan hal tersebut membuktikan bahwa minat masyarakat Kabupaten Kuningan yang memiliki minat untuk menjadi nasabah bank syariah masih rendah. Sedangkan, mayoritas masyarakat di Kabupaten Kuningan didominasi oleh masyarakat muslim. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Deskriptif sebagai desain penelitian. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner melalui *Gform* yang disebar kepada responden yang terdiri dari Masyarakat Kabupaten Kuningan. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *Sampling Accidental*, Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 180. Teknik Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil pengujian hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) promosi penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. (3) promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (5) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. (6) Kepercayaan dapat memediasi pengaruh promosi penjualan terhadap minat. (7) Kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Minat

ABSTRACT

Siti Aisyah, 20200510161. 2024, "The Influence of Sales Promotion and Service Quality on Interest in Becoming Sharia Bank Customers with Trust as an Intervening Variable (Survey on the People of Kuningan Regency)" Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University, Supervised by Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si and Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

This research is motivated by the phenomenon of low growth in Islamic banking market share, the fact in Kuningan Regency proves that the interest of people at Kuningan Regency who interested in becoming customers of Islamic banks is still low. Meanwhile, the majority people in Kuningan Regency are Muslims. The purpose of this study is to determine how much influence sales promotion and service quality have on interest in becoming Islamic bank customers, with trust as an intervening variable. This research uses a quantitative approach with descriptive methods as a research design. Primary data were collected through questionnaires by Google form which distributed to respondents consisting of the people of Kuningan Regency. The research sample taken using sampling techniques with Accidental Sampling, the number of respondents who participated in this study was as many as 180. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM). The proposed hypothesis shows that (1) sales promotion has a negative and significant effect on interest. (2) The quality of service has a positive and significant effect on interest. (3) Sales promotion has a positive and significant effect on trust. (4) Service quality has a positive and significant effect on trust. (5) Trust has a positive and significant effect on interest. (6) Trust can mediate the effect of sales promotion on interest. (7) Trust cannot mediate the effect of service quality on interest.

Keywords: Sales Promotion, Service Quality, Trust, Interest

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kelancaran dan kesehatan, penulis akhirnya bisa menyusun Skripsi penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan).

Tidak ada hasil karya manusia yang sempurna, termasuk Skripsi penelitian yang telah saya susun. Tentu saja, Skripsi penelitian ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan yang banyak. Oleh karena itu, saya berusaha sebaik mungkin dalam menyusun Skripsi penelitian ini dengan mengacu pada penelitian terdahulu dan studi ilmu yang relevan dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Akhirnya, harapan saya adalah agar Skripsi penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi diri saya sendiri dan pembaca pada umumnya. Saya berharap Skripsi penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan, serta menjadi pedoman dalam menyusun karya ilmiah yang lebih baik di masa depan.

Kuningan, September 2024

Siti Aisyah

NIM:20200510161

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah robbil'aalamiin. Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat dengan waktunya. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Namun berkat rahmat Allah SWT dan do'a serta adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Asmin dan Ibu Surmini beserta Kakakku A Armat yang selalu mendukung secara mental maupun finansial yang tidak pernah mengeluh, khususnya orang tuaku yang luarbiasa hebat selalu mendoakan anaknya agar kelak menjadi manusia yang bermanfaat, dan berkat ridha Bapak dan Ibu saya mampu berjuang dan terus menggapai apa yang saya cita-citakan, Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kedua orang tuaku, dan Allah SWT senantiasa memberkahi keluarga kami Aamiin. Tak lupa seluruh keluarga yang selalu menyemangati ku untuk terus kuliah, terima kasih banyak.
2. Dr. Hj. Lili Karmela F., SE., M.Si. Selaku pembimbing I sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah membimbing, memberikan saran, arahan dan ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Wely Hadi Gunawan, SE., M.M selaku pembimbing 2, yang telah meluangkan waktunya serta memberikan ilmu dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Oding Syafrudin, S.Si., M.M selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama proses pelaksanaan perkuliahan.
5. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen
6. Dr. H. Dikdik Harjadi, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan

7. Seluruh Dosen dan segenap Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas semua ilmu dan nasehat yang telah diberikan, semoga menjadi berkah dan manfaat untuk semua.
8. Sahabatku Tiara Sri Mutiah, Vinca Prasasti, Senly Nurhaeni, Andini, Sulthanah Mukminah, Fera Azmii Aqil A'isy, Julia Violina, Rezgita Putriani, Khairun Nisa, Nurdiah Maulida, Putri Anugrah Khasanah dan Meli Mauliya terima kasih atas kebahagiaan dan kebersamaannya selama menjalani proses perkuliahan. Semoga semuanya menjadi orang-orang yang sukses. Aamiin.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah Swt.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1`Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS..	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bank Syariah.....	14
2.1.3 Promosi Penjualan	18
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.5 Kepercayaan Nasabah.....	25
2.1.6 Minat Menjadi Nasabah.....	29

2.1.7 Hubungan Antar Variabel	32
2.1.8 Penelitian Terdahulu	39
2.2 Kerangka Berpikir	42
2.3 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Jenis dan Sumber Data	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Hasil Uji Instrumen	51
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 Analisis Deskriptif	52
3.7.2 Uji SEM (Structural Equation Modelling).....	53
3.7.3 Teknik Analisis	53
3.7.4 Pengujian Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	66
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.1.3 Analisis Deskriptif	68
a. Analisis Deskriptif Promosi Penjualan (X1)	69
b. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2).....	70
c. Analisis Deskriptif Kepercayaan (Z)	71
d. Analisis Deskriptif Minat (Y).....	72
4.1.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Model	72
4.1.5 Pengujian Asumsi SEM	79
4.1.6 Pengujian Hipotesis	86
4.2 Pembahasan.....	91
4.2.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepercayaan Nasabah.....	92
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah	93
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menjadi Nasabah	94
4.2.4 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Menjadi Nasabah.....	95
4.2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menjadi Nasabah	96
4.2.6 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Mediasi Oleh Kepercayaan.....	97
4.2.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Mediasi Oleh Kepercayaan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Konvensional dan Bank Syariah Periode 2018-2022	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2 Skala Tipe Likert.....	51
Tabel 3.11 Model Persamaan Struktural.....	56
Tabel 3.12 Model Pengukuran	57
Tabel 3.13 Goodness of Fit Indicates.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5 Indeks Variabel Promosi Penjualan	69
Tabel 4.6 Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	70
Tabel 4.7 Indeks Variabel Kepercayaan	71
Tabel 4.8 Indeks Variabel Minat.....	72
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Kelayakan Setelah Modifikasi Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen.....	74
Tabel 4.10 Regression Weight Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen	75
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen.....	76
Tabel 4.12 Regression Weight Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen.....	77
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Kelayakan Setelah Modifikasi Full Model.....	79
Tabel 4.14 Assesment Of Normality.....	80
Tabel 4.15 Evaluasi Outliers	81
Tabel 4.16 Reliability Contruct dan Variance Extract	85
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis.....	87

Tabel 4.18 Pengaruh Langsung Standardized Direct Effect	89
Tabel 4.19 Pengaruh Tidak Langsung Standardized Indirect Effect	89
Tabel 4.20 Pengaruh Total Standardized Total Effect	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share Perbankan Syariah 2022	3
Gambar 1.2 Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	5
Gambar 2.1 Konsep Minat	32
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 3.1 Diagram Jalur	55
Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen.....	73
Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen	76
Gambar 4.3 Analisis Full Model.....	78
Gambar 4.4 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total ..	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	:	Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Berita Acara Bimbingan
Lampiran II	:	Surat Pengantar Kuesioner Kuesioner
Lampiran III	:	Tabulasi Data Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV	:	Output Hasil Perhitungan SEM AMOS
Lampiran V	:	Daftar Riwayat Hidup