

Nota : Persetujuan Tuban, 21 Juli 2025
Lampiran : 1 Eksemplar Artikel
Hal : Bimbingan Artikel

Yth. Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Islam IAINU Tuban

Assalamualaikum Wr. Wb.

Di Tuban

Setelah melakukan pemeriksaan, penelitian, dan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa artikel saudara:

Nama : Nur Wahyu Setiyadi

NIM : 2121014

Tempat : Tuban

Hari/Tanggal : Senin, 28 Juli 2025

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DI BSI KCP TUBAN

Telah dapat diajukan untuk menempuh salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Tuban.

Demikian surat persetujuan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Dian Rustyawati., S.T., M.M.Pd

NIDN. 21214098201

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DSN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH DI BSI KCP TUBAN

Dian rustiyawati., S.T, M.M.Pd¹, nur wahyu setiyadi²

¹⁾ islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Tuban

²⁾ islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Tuban

awardeean@gmail.com , setiyadinurwahyu@gmail.com

Abstrak

Seiring meningkatnya jumlah nasabah, BSI KCP Tuban terus berupaya memperluas basis nasabah dan mendorong masyarakat untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat menabung nasabah di BSI KCP Tuban. Kualitas pelayanan diukur menggunakan indikator: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Courtesy, Credibility, Security, Access, Communication, dan Understanding, sedangkan promosi diukur melalui Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, dan Direct Marketing.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik random sampling, melibatkan 100 responden nasabah BSI KCP Tuban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (t hitung = 5.357 > t tabel = 1.984), begitu pula promosi secara parsial (t hitung = 3.671 > t tabel = 1.984). Secara simultan, kualitas pelayanan dan promosi juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (F hitung = 34.377 > F tabel = 3.09; signifikansi).

Kata Kunci : kualitas pelayanan ,promosi, minat menabung

Pendahuluan

Minat menabung masyarakat Indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan perkembangan yang signifikan sejak BSI resmi berdiri pada Februari 2021 melalui penggabungan tiga bank syariah BUMN: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Dalam kurun waktu 2021–2023, jumlah nasabah BSI secara nasional meningkat hingga mencapai 19,5 juta nasabah (Hidayat et al., 2024). Di Jawa Timur sendiri, tercatat sekitar 2 juta nasabah per Juni 2023 (ANTARA News). Pada tahun 2024, BSI terus berupaya memperluas basis nasabahnya dan mendorong masyarakat untuk lebih tertarik menabung di perbankan syariah.

Sejak penggabungan, BSI terus berinovasi untuk menarik minat nasabah melalui peningkatan kualitas layanan, pengembangan aplikasi digital dari BSI Mobile menjadi BYOND BY BSI, serta peluncuran produk-produk berbasis prinsip syariah. BSI juga gencar memperkenalkan berbagai layanan sesuai kebutuhan masyarakat, seperti tabungan, pembiayaan, investasi, gadai emas, hingga tabungan

haji dan umrah. Kemudahan akses melalui platform digital turut mendorong peningkatan minat masyarakat untuk menabung di BSI.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban merupakan kantor cabang pembantu di wilayah Tuban, Jawa Timur, yang berperan strategis dalam mengenalkan layanan perbankan syariah kepada masyarakat. Dengan mengedepankan prinsip Islam seperti bebas riba, gharar, dan maysir, BSI KCP Tuban menawarkan produk tabungan sebagai alternatif menarik bagi masyarakat Muslim yang ingin mengelola keuangan secara syariah.

Perbankan berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan. Tabungan memiliki peran penting, baik secara mikro dalam menjaga konsumsi masa depan, maupun secara makro sebagai sumber investasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera (Pratiwi, 2021).

BSI KCP Tuban menyediakan fasilitas layanan seperti ATM, dengan dua lokasi yakni di kantor BSI dan pom bensin Seleko. Namun, keterbatasan jumlah ATM masih dikeluhkan oleh nasabah, terutama yang tinggal di desa, seperti Ainul Utami yang merasa kesulitan karena jarak ATM yang jauh dari tempat tinggalnya.

Kualitas pelayanan memegang peran penting dalam industri perbankan karena menjadi kunci dalam menjalin hubungan yang baik antara bank dan nasabah. Pelayanan yang baik dapat mendorong kepuasan nasabah, yang kemudian berkontribusi pada meningkatnya loyalitas dan minat untuk menabung. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan meliputi aspek bukti fisik, keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Pratiwi, 2021).

Promosi adalah kegiatan yang bertujuan memberikan pemahaman dan meyakinkan konsumen agar mengenal, membeli, menggunakan, dan loyal terhadap suatu produk (Sari dan Siregar, 2023).

Promosi merupakan sarana efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabah, karena tidak hanya memberikan informasi produk tetapi juga berfungsi sebagai pengingat serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menabung (Sitti Aisyah et al., 2020). Faktor-faktor yang memengaruhi promosi meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Haque-Fawzi et al., 2022).

Minat adalah ketertarikan individu terhadap suatu aktivitas yang dilakukan secara konsisten dengan rasa senang (Hermawan, 2022). Dalam konteks perbankan, tabungan merupakan bentuk simpanan yang hanya dapat ditarik sesuai perjanjian antara nasabah dan bank. Minat memiliki peran penting sebagai aspek kejiwaan yang memengaruhi tindakan seseorang, termasuk dalam keputusan untuk menabung (Hardana et al., 2022). Sumber dana utama perbankan berasal dari nasabah yang menabung, dan perilaku menabung mencerminkan proses pengambilan keputusan konsumen (Fajrind, 2022).

Faktor yang dapat menarik minat masyarakat untuk menabung antara lain kualitas pelayanan dan promosi. Kualitas pelayanan menjadi faktor dominan dalam keberhasilan suatu organisasi, karena pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen nasabah (YUYUN, 2022). Pelayanan yang baik mencakup aspek teknis seperti kemudahan dan keamanan, serta aspek interpersonal seperti keramahan, profesionalisme, dan transparansi informasi.

Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh pelayanan dan promosi terhadap

minat menabung masyarakat, dengan fokus pada BSI KCP Tuban. Hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan layanan dan promosi yang lebih efektif dalam mendorong kebiasaan menabung di masyarakat.

Penelitian ini bertujuan mengisi gap terkait minimnya studi yang mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara bersamaan terhadap minat menabung, khususnya di BSI KCP Tuban. Fokus penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai peran kedua faktor tersebut dalam meningkatkan minat menabung nasabah di perbankan syariah, khususnya di wilayah Tuban.

Oleh sebab itu, berdasarkan perbedaan antara temuan penelitian serta fenomena yang terjadi di lapangan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tambahan tentang bagaimana promosi dan kualitas produk memengaruhi keinginan pelanggan untuk menabung di BSI KCP Tuban

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada identifikasi dan pengukuran variabel menggunakan data berbasis angka. Prosesnya mencakup pengelompokan, interpretasi, dan penyajian data, serta sering dilengkapi dengan visualisasi seperti grafik atau tabel untuk memperjelas hasil (Zakariah et al., 2020).

dengan jenis penelitian “field research” atau juga disebut dengan penelitian lapangan dimana peneliti melakukan pengamatan langsung objek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah nasabah BSI KCP Tuban, dengan total sebanyak 45.087 nasabah, karena mereka menjadi objek untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung. Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus penelitian untuk ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2020).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu: $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ dengan $N = 45.087$ dan tingkat kesalahan $e = 10\%$ (Siregar, S. H., 2013).

Perhitungan menghasilkan nilai $n = 99,794$ yang dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah BSI KCP Tuban.

Penelitian ini menggunakan teknik random sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih (Siregar, S., 2017). Teknik ini digunakan jika populasi bersifat homogen dan memiliki kerangka sampel. Langkah-langkahnya meliputi: Menentukan populasi penelitian, Menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (dengan tingkat kesalahan 10%), Menyusun daftar populasi dan memberi nomor urut, Mengambil sampel secara acak menggunakan aplikasi pengundi online, Menetapkan individu terpilih sebagai responden untuk pengumpulan data melalui kuesioner.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari nasabah BSI KCP Tuban melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung seperti buku, jurnal, dan literatur

terkait (Siregar, S., 2017).

Dalam pengukuran data, digunakan skala Likert untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi responden terhadap suatu objek atau fenomena. Skala ini mencakup pernyataan positif (dinilai 5–1) dan negatif (dinilai 1–5), dengan pilihan jawaban: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Sugiyono, 2020).

Untuk teknik analisis data yang di gunakan yaitu ; Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji multikolonieritas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji T, uji F, dan Uji Koefisien Determinan.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Prasyarat Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk menentukan apakah suatu alat ukur, seperti pertanyaan dalam kuesioner, mampu mengungkapkan hal yang ingin diukur sehingga dapat dinyatakan valid (Janna dan Herianto, 2021). Kriteria uji validitas didasarkan pada perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel. Instrumen dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, dan tidak valid jika r hitung \leq r tabel.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas x1,x2,x1

| Pernyataan | R.Tabel | R.Hitung | Sig | Keterangan |
|------------|---------|----------|-------|------------|
| X1.1 | 0,361 | 0,703 | 0,000 | Valid |
| X1.2 | 0,361 | 0,831 | 0,000 | Valid |
| X1.3 | 0,361 | 0,713 | 0,000 | Valid |
| X1.4 | 0,361 | 0,794 | 0,000 | Valid |
| X1.5 | 0,361 | 0,817 | 0,000 | Valid |
| X1.6 | 0,361 | 0,832 | 0,000 | Valid |
| X1.7 | 0,361 | 0,807 | 0,000 | Valid |
| X1.8 | 0,361 | 0,758 | 0,000 | Valid |
| X1.9 | 0,361 | 0,642 | 0,000 | Valid |
| X1.10 | 0,361 | 0,702 | 0,000 | Valid |
| X2.1 | 0,361 | 0,923 | 0,000 | Valid |
| X2.2 | 0,361 | 0,680 | 0,000 | Valid |
| X2.3 | 0,361 | 0,721 | 0,000 | Valid |
| X2.4 | 0,361 | 0,922 | 0,000 | Valid |
| X2.5 | 0,361 | 0,888 | 0,000 | Valid |
| Y1.1 | 0,361 | 0,927 | 0,000 | Valid |
| Y1.2 | 0,361 | 0,917 | 0,000 | Valid |
| Y1.3 | 0,361 | 0,21 | 0,000 | Valid |
| Y1.4 | 0,361 | 0,917 | 0,000 | Valid |
| Y1.5 | 0,361 | 0,867 | 0,000 | Valid |

Berdasarkan uji validitas data seluruh instrumen penelitian pada Tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi $>$ 0,361 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data instrumen penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur, yaitu apakah alat tersebut memberikan hasil yang sama dalam pengukuran berulang. Alat ukur dianggap reliabel jika r hitung (menggunakan rumus Cronbach's Alpha) lebih besar dari r tabel (Amanda et al., 2019).

Tabel 4. 2 Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,919 | Reliabel |
| Promosi | 0,883 | Reliabel |
| Miant menabung | 0,945 | Reliabel |

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dari data penelitian pada Tabel di atas menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha seluruh pernyataan melebihi dari t tabel yaitu 0,361, lalu bisa dipastikan ke seluruh data instrumen di pastikan reliabel.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang dapat dilakukan melalui analisis grafik dan uji statistik (Sholihah et al., 2023). Pada uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), data dianggap normal jika nilai signifikansi $> 0,05$, dan tidak normal jika $< 0,05$.

Tabel 4. 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.24017338 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .065 |
| | Positive | .065 |
| | Negative | -.036 |
| Test Statistic | | .065 |
| 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.

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,200 ($> 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan lolos uji normalitas.

b. Uji Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi dianggap baik jika tidak terdapat korelasi antar variabel. Suatu variabel dinyatakan tidak mengalami

multikolonieritas jika nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Sholihah et al., 2023).

Tabel 4. 4 Uji Multikolonieritas

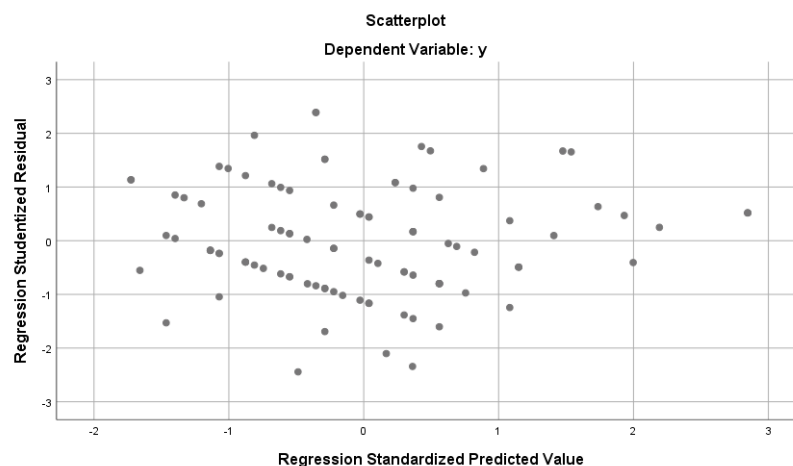
| Coefficients ^a | | Collinearity Statistics | |
|---------------------------|----|-------------------------|-------|
| Model | | Tolerance | VIF |
| 1 | x1 | .841 | 1.189 |
| | x2 | .841 | 1.189 |

a. Dependent Variable: y

Dari tabel yang 4.7, bisa di tentukan bahwa nilai tolerance x1 dan x2 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat di asumsikan tidak terjadi adanya gejala multikolonieritas dalam variabel indepeden.

c. Uji heketroskedektisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi ketidaksamaan variansi residual dalam model regresi. Heteroskedastisitas terdeteksi jika scatterplot menunjukkan pola tertentu, sedangkan jika penyebaran data acak tanpa pola, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Sholihah et al., 2023).



Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada gambar yang berada di atas dapat ditetapkan dari titik sebarannya diketahui bahwa titik-titik baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y bersifat acak dan berdistribusi merata. Kemudian titik-titik tersebut terkumpul di satu tempat dan tidak membentuk pola spesifik. Dari sini dapat diputuskan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas yang muncul dalam model regresi penelitian ini.

3. Hasil Uji Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Menentukan persamaan regresi linier berganda merupakan langkah awal

dalam analisis regresi, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model persamaannya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

di mana:

- Y = variabel dependen
- a = konstanta
- b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi
- X_1, X_2 = variabel independen (misalnya kualitas pelayanan dan promosi)
- e = error atau residual

Model ini membantu mengukur sejauh mana masing-masing variabel bebas mempengaruhi variabel yang diteliti (Carolina, 2024).

Tabel 4. 5Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.220 | 2.319 | | .957 | .341 |
| | x1 | .272 | .051 | .454 | 5.357 | .000 |
| | x2 | .342 | .093 | .311 | 3.671 | .000 |

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan persamaan regresi $Y = 2.220 + 0.272 X_1 + 0.342 X_2 + e$, dapat disimpulkan:

1. Konstanta sebesar 2.220 menunjukkan bahwa keputusan menabung tetap ada meskipun tanpa pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2).
2. Koefisien kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0.272 berarti setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan menabung sebesar 0.272.
3. Koefisien promosi (X_2) sebesar 0.342 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan promosi meningkatkan keputusan menabung sebesar 0.342. Namun terdapat kekeliruan dalam pernyataan bahwa penurunan kualitas pelayanan akan menaikkan keputusan menabung sebesar 0.156—hal ini tidak sesuai dengan koefisien regresinya yang justru positif.

b. Uji T

Berikut ringkasan penjelasan tentang uji t:

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_o ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan.
- Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_o diterima, artinya tidak ada pengaruh signifikan

Rumus untuk menentukan t tabel :

$$t[\alpha; df=n-k]$$

Contoh:

$t = (0,05; 97)$ dengan $\alpha = 5\%$, jumlah sampel $n = 100$, dan jumlah variabel bebas $k = 3$, maka $df = 97$.

Tabel 4. 6 Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.220 | 2.319 | | .957 | .341 |
| | x1 | .272 | .051 | .454 | 5.357 | .000 |
| | x2 | .342 | .093 | .311 | 3.671 | .000 |

a. Dependent Variable: y

1. Kualitas pelayanan (X_{1z})
 Nilai t hitung = 5.357 > t tabel = 1.988, dan signifikansi = 0.000 < 0.05.
 Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, sehingga hipotesis diterima.
2. Promosi (X_2)
 Nilai t hitung = 3.671 > t tabel = 1.988, dan signifikansi = 0.000 < 0.05.
 Artinya, promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, sehingga hipotesis diterima.

c. Uji F

Uji F ialah suatu pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan ketentuan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) tidak di terima dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan sebaliknya.(Carolina, 2024).

Berdasarkan nilai F hitung dan F tabel:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ tidak di terima, berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima, yang artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan.

Tabel 4. 7 Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|-------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regressi on | 107.925 | 2 | 53.963 | 34.377 | .000 ^b |
| | Residual | 152.265 | 97 | 1.570 | | |
| | Total | 260.190 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: y
 b. Predictors: (Constant), x2, x1

Dari Tabel yang ada di atas bisa diketahui bahwa F hitung adalah 34.377 dan tingkat signifikansinya adalah 0.000. Jadi F hitung > F tabel sama dengan $34.377 > 3.09$ dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$. maka bisa di ambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan maupun promosi secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di BSI KCP TUBAN.

d. Uji R

Koefisien determinasi adalah alat yang digunakan dalam mengukur seberapa tinggi sebuah variabel independen untuk mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi (R-squared) menggambarkan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen; nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan penjelasannya lemah. (Carolina, 2024).

Tabel 4. 8 Uji R

| Model Summary ^b | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .644 ^a | .415 | .403 | 1.253 |
| a. Predictors: (Constant), x2, x1 | | | | |
| b. Dependent Variable: y | | | | |

Berdasarkan model persamaan regresi yang diperoleh dari Tabel 4.12 diketahui koefisien determinasi (corrected Rsquared) besran nilinya 0,415 yang sama dengan 41,5% minat menabung bisa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan serta promosi. Sisanya $100\% - 41,5\% = 58,5\%$ dipengaruhi dengan variabel yang lain dan tidak diteliti di dalam penelitian ini

Pembahasan

1. Pengaruh Persial Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BSI KCP Tuban

berasarkan hasil dari uji analisis data yang sudah dilaksanakan terdapat adanya pengaruh secara signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah dengan niali T hitung sebesar 5.357 dangan T table sebesar 1.988 yang artinya T hitung ($5.357 > 1.988$). Hal itu menunjukkan bahwa konsumen akan tetap lebih memilih Bank yang mengutamakan kualitas pelayanannya serta sesuai dengan kebutuhan serta kemauan nasabah, sehingga sangat berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tuban.

Penelitian ini juga di dukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang di lakukan oleh sinta bella dkk, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung pada bank BSI(Bella et al., 2023)

2. Pengaruh persial Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BSI KCP Tuban

Dari hasil uji analisis data yang sudah dilakukan ditemukan adanya pengaruh secara signifikan oleh variabel promosi terhadap minat menabung nasabah dengan nilai T hitung 3.671 dan T tabel 1.988 yang artinya T hitung ($3.671 > 1.988$).

Hasil dari uji Analisa data ini searah dengan teori Kotler yang

memaparkan bahwa promosi ialah sebuah kegiatan yang memberitahukan tentang manfaat sebuah produk serta membujuk para incaran konsumen supaya membeli sebuah barang yang telah di promosikan.

Penelitian ini juga di dukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang di lakukan oleh Nadia Intan Carolina yang mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung(Carolina, 2023).

3. Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah BSI KCP Tuban.

Berdasarkan hasil uji R dari dengan nilai F hitung 53.963 dan nilai signifikasinya adalah 0.00 . Maka F hitung $>$ F tabel yaitu $53.963 > 3.09$ dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Tuban sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan promosi yang diberikan secara bersamaan atau secara bersama sama

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian yang di lakukan oleh sinta bella dkk, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung pada bank BSI (Bella et al., 2023).

Bisa diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan serta promosi yang diberikan BSI KCP Tuban maka semakin tinggi pula tingkat minat menabu

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan (x1) secara bersamman berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu (KCP) Tuban. Dengan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu $5.357 > 1.663$. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu (KCP) Tuban, sudah sesuai dengan apa yang di harapan oleh nasabah.
2. Promosi (x2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu (KCP) Tuban. Dengan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu $3.671 > 1.663$ Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa promosi di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu (KCP) Tuban, sudah sesuai dengan apa yang di harapan oleh nasabah.
3. Kualitas pelayanan (x1) serta promosi (x2) secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung (y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu (KCP) Tuban. dengan F hitung $>$ F tabel yaitu $53.963 > 3.09$ dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ serta nilai R2 sebesar 0,415 atau bisa diartika sebagai 41,5% dalam penelitian ini menyatakan minat menabung di BSI KCP Tuban 41.5 % di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi dan untuk 58.5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Referensi

- Amanda, L. ... Devianto, D. 2019. Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Bella, S. ... Fadilla, F. 2023. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144.
- Carolina, N. I. 2023. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Carolina, N. I. 2024. The Influence Of Product Quality, Service Quality, and Promotion On The Decision To Saving of Bank Syariah Indonesia Customers In Malang City. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 210–223.
- Fajrind, faizah ismah. 2022. *Pengaruh Produk, Media Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bni Syariahdi Kota Padang. Skripsi.*
- Haq-ue-Fawzi, M. G. ... Sunarsi, D. 2022. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hardana, A. ... Damisa, A. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Hermawan, R. 2022. *Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw: Model, Implikasi, dan Implementasi*. CV. Bintang Semesta Media.
- Hidayat, I. F. ... Taufik, N. I. 2024. Analisis Kinerja Keuangan PT Bank Syariah Indonesia Tbk Menggunakan Metode Sharia Conformity and Profitability (SCnP) Periode 2021-2023. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 472–487.
- Janna, N. M., dan Herianto, H. 2021. Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Pratiwi, H. K. 2021. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syari'ah Mandiri Palopo. *Skripsi IAIN Palopo*, 91(5), 25–26.
- Sari, P. I., dan Siregar, P. A. 2023. Pengaruh Produk, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung Siswa di BSI KCP Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus SMA Al-Mujahidin). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 324–331.
- Sholihah, S. M. ... Maghfiroh, S. 2023. Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110.
- Siregar, S. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS.
- Siregar, S. H. 2013. Study of Diatoms Epiphytic as Indicators Water Environment Kampar River Around Buluh Cina Village Siak Hulu district of Kampar Regency in Riau Province. *Jurnal Kajian Lingkungan*, 1(2), 123–133.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- YUYUN, Y. 2022. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH MENABUNG DI BSI MASAMBA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI PEMODERAS. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Zakariah, M. A. ... Zakariah, K. H. M. 2020. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah

Kolaka.