

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN BANK MUAMALAT KANTOR CABANG
PEMBANTU (KCP) PURBALINGGA**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:
ALI RAHMAN AJI
1502010187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) PURBALINGGA**



SKRIPSI

**Oleh :
ALI RAHMAN AJI
1502010187**

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



**M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si.
NIK. 2160159**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Ali Rahman Aji
NIM : 1502010187
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Purbalingga**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
Anggota 1 : Hj. HERNI Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D
Anggota 2 : Hengky Widhiandono, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 01 Februari 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nofal Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ali Rahman Aji
NIM : 1502010187
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 01 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Ali Rahman Aji

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ali Rahman Aji
NIM : 1502010187
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) PURBALINGGA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhamamdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemelik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 01 Februari 2020

Yang menyatakan,




Ali Rahman Aji

MOTTO

- ❖ Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti samudera yang menampung sampah-sampah. Apa gunanya kepandaian kalau tidak memperbesar kepribadian seseorang sehingga ia makin sanggup memahami orang lain? (Emha Ainun Nadjib).
- ❖ Jadikanlah dirimu sebagai pengaruh yang baik.
- ❖ Gagal adalah benih, bangkit kembali adalah merawat, dan sukses adalah buah yang kau dapat dari sebuah proses.
- ❖ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Al-Baqarah: 286).
- ❖ Jangan pernah meremehkan diri sendiri, karena diri sendiri ada kelebihan tersendiri (Portgas D Ace).
- ❖ Gitu aja kok repot (KH. Abdurrahman Wahid)

PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan skripsi ini kepada :
Bapak dan Ibu saya tercinta (Bapak Abdulah dan Ibu Tuti Awaliyah) sebagai
tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas
kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan do'a yang telah diberikan selama
ini. Saudara-saudaraku tersayang sebagai tanda terima kasih atas
dukungan, motivasi, dan doa selama ini. Dan adikku (Tia Nur Khafifah)
tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa
selama ini.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
6. Untuk kedua orang tua Bapak Abdulah dan Ibu Tuti Awaliyah. Adiku Tia Nur Khafifah dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
7. Untuk keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan moral mapupun materiil, memberi nasihat dan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat dekat dan pejuang skripsi, Ganang, Rhapsody, Selyarbi, Dika, Gian, Aswin, Meno, Moyo, Ozi, Ahmad, Irfan, Heri, Hana, Syahrul dan teman-teman lain terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, do'a dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas D angkatan 2015. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam meyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 01 Februari 2020

Penulis

Ali Rahman Aji



**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BANK
MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) PURBALINGGA**

Oleh :

Ali Rahman Aji¹

(Email : alirahmanaji1997@gmail.com)

M. Agung Miftahudin²

(Email : amif_ump@yahoo.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh promosi, kepercayaan, dan kesadaran merek signifikan secara simultan terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga. Populasi penelitian ini adalah Nasabah tabungan Bank Muamalat KCP Purbalingga. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 95 nasabah dengan beberapa kriteria yang telah disyaratkan. Hasil analisis regresi menunjukkan promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung, kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung, kesadaran merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung, secara simultan promosi, kepercayaan, dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Kata kunci : promosi, kepercayaan, kesadaran merek berpengaruh dan keputusan menabung

***THE EFFECT OF PROMOTION, TRUST, AND BRAND AWARENESS
ON SAVING DECISION AT MUAMALAT BANK BRANCH
OFFICE PURBALINGGA***

By :

Ali Rahman Aji1

(Email : alirahmanaji1997@gmail.com)

M. Agung Miftahuddin2

(Email : amif_ump@yahoo.com)

*Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto*

ABSTRACT

The study aimed to analyze the effect of promotion, trust, and brand awareness on saving decisions at Muamalat Bank Branch Office Purbalingga. The population of this study was the saving customers of Muamalat Bank branch office Purbalingga. The writer used the questioner method to collect the data. The sample method selected based on purposive sampling around 95 saving customers with several criteria that have been required.. The result of the regression analysis was indicating that the promotion, the trust, and the brand awareness have a positive significant effect on partial saving decisions. Those data also had a positive significant effect on simultaneous saving decisions.

Keywords: promotion, trust, brand awareness effect towards saving decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
2. Promosi	13
3. Kepercayaan	15
4. Kesadaran Merek	18
B. Penelitian Tedahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	24
1. Hubungan Promosi dengan Keputusan Menabung.....	24
2. Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Menabung	24

3. Hubungan Kesadaran Merek dengan Keputusan Menabung ...	25
4. Hubungan Gender dengan Keputusan Menabung	25
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	29
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Variabel Penelitian	32
1. Variabel Dependen (Terikat)	31
2. Variabel Independen (Bebas)	31
E. Definisi Operasional	33
1. Keputusan Pembelian	33
2. Promosi	33
3. Kepercayaan	34
4. Kesadaran Merek	35
F. Metode Analisis Data	35
1. Uji Instrumen Penelitian	35
2. Uji Asumsi Klasik	36
3. Uji Kecocokan Model	38
4. Uji Resresi Leinear Berganda	40
5. Uji Pengaruh Parsian	41
6. Uji <i>Non Response Bias</i>	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Bank Muallamat	46
1. Sejarah Bank Muallamat	46
2. Visi dan Misi	48
B. <i>Response Rate</i>	49
C. Uji Instrumen Penelitian	53
1. Uji Validitas	53

2. Uji Reliabilitas	55
D. Uji Asumsi Klasik	57
1. Uji Normalitas	57
2. Uji Multikolinieritas.....	58
3. Uji Heteroskedastisitas.....	58
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
F. Pengujian <i>Non Response Bias</i>	61
G. Pengujian Hipotesis	62
1. Koefisien Determinasi (R^2)	62
2. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)	63
3. Uji Statistik t (Uji Signifikan Parameter Individual atau Parsial)	64
4. Uji <i>Non Response Bias</i>	67
H. Pembahasan.....	68
1. Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga.....	69
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga.....	71
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga.....	74
4. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga.....	76
5. Perbedaan Gender terhadap Keputusan Menabung di Bank Muamalat KCP Purbalingga.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Bank Umum Syari'ah Terbaik di Indonesia	3
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	49
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.11 Hasil Analisis regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Non Response Bias</i>	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
Tabel. 4.14 Hasil Uji F	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	69
Tabel 4.16 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Keputusan Menabung	70
Tabel 4.17 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Promosi	72
Tabel 4.18 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kepercayaan	74
Tabel 4.19 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kesadaran Merek	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gamber Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1 Kurva Uji F	40
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	43
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	44
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	45
Gambar 4.1 Kurva Uji F	64
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	65
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	66
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	88
Lampiran 2. Data Responden.....	92
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner	97
Lampiran 4. Data Input	109
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas	111
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	116
Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda.....	116
Lampiran 8. Uji <i>Non Response Bias</i>	118
Lampiran 9. R Tabel	119
Lampiran 10. F Tabel	120
Lampiran 11. T Tabel	121
Lampiran 12. Surat Penelitian.....	122