

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN
EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH
UNIT CIKPUAN PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Syariah dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

NIA APRILIA
NIM. 11725202956

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021 M / 1442 H

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: ***PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU***, yang ditulis oleh:

Nama : NIA APRILIA

NIM : 11725202956

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 09 Juli 2021

Pembimbing Skripsi,



Nuryanti, S.El. ME.Sy
NIK. 130217032

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru** yang ditulis oleh:

Nama : Nia Aprilia
NIM : 11725202956
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah *dimunaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Senin, 26 Juli 2021
Jam Ujian : 13.00 WIB
Tempat : Auditorium Fakultas Lantai 3

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syariah Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Agustus 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dra. Nurlaili, M.Si

Sekretaris

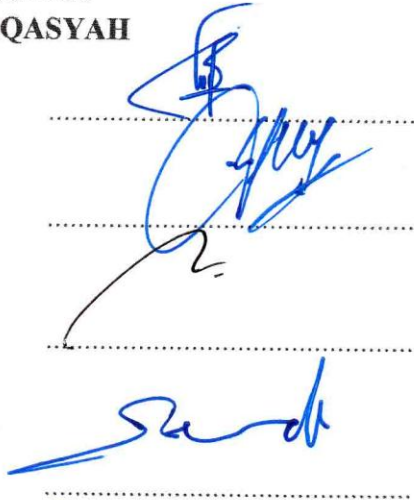
Desi Devrika Devra S.Hi., M.Si

Penguji I

Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec

Penguji II

Dr. Budi Azwar, SE., M.Ec



Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 19741006 200501 1 005

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nia Aprilia

NIM : 11725202956

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru** adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan tindakan plagiat dalam penyusunan.

Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipannya dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini sebagian atau keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 02 Agustus 2021



Nia Aprilia

NIM. 11725202956

ABSTRAK

Nia Aprilia (2021) : Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

Pesatnya perkembangan lembaga keuangan bank dan non-bank serta semakin ketat persaingan bisnis yang harus dihadapi oleh perusahaan dan fenomena beberapa produk menabung emas yang dikeluarkan lembaga atau perusahaan akhir-akhir ini, menjadikan produk tabungan emas yang ditawarkan oleh Perum Pegadaian Syariah menjadi dilirik oleh masyarakat dan berkembang seiring waktu. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan jumlah nasabah di setiap produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam suatu perusahaan yaitu dengan melakukan promosi. Promosi yang baik dan menarik akan mempengaruhi nasabah untuk menggunakan atau mengambil manfaat dari suatu produk tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru dan Apa saja kendala dalam kegiatan promosi produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 orang yaitu nasabah tabungan emas pegadaian syariah dengan teknik kebetulan/ *insidental*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 22,401 + 0,453X$, dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru. Hasil uji t menunjukkan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan diketahui nilai $t_{hitung} (4,094) > t_{tabel} (0,212)$ dan signifikansi $0,000 < 0,005$. Hasil determinan koefisien (R^2) diketahui nilai koefisien determinan atau R Square adalah sebesar 0,166. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel promosi terhadap variabel peningkatan jumlah nasabah sebesar 16,6%. Sedangkan sisanya 83,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kendala dalam kegiatan promosi pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan yaitu terdapat pada promosi secara penjualan perseorangan (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*).

Kata Kunci: *Promosi, Peningkatan Jumlah Nasabah*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita sampai saat ini. Atas rahma-Nya pula peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **PENGARUH PEROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU**” sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selanjutnya shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga zaman keilmuan seperti sekarang ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Oleh karena itu, dengan terselesaikannya skripsi ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orangtua, Ayahanda tercinta Efendi Saputra dan Ibunda Tersayang Suheni yang tak hentinya mendoakan, memotivasi, dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan saya, sekaligus selalu memberikan dukungan moril dan materil yang takkan pernah terbayar hingga akhir hayat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum. Beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, SH selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Junaidi Lubis, M.Ag selaku Penasehat Akademik yang membimbing dan memberi arahan dari awal perkuliahan sampai sekarang, memberi motivasi dan nasehat dalam masa perkuliahan.
6. Ibu Nuryanti, S.EI, ME.Sy selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Pimpinan Perpustakaan yang telah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi perpustakaan.
9. Kepada Pihak Pegadaian (bang Fadil, kak Rahmi, Kak Dwi, Kak Oshin, dan seluruh tim) yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas Ekonomi Syariah F Angkatan 2017 yang membantu dan sama-sama berjuang dibangku perkuliahan.
11. Adik-adik terbaik Fahri Gunawan, Nasrul Mahendra, dan Inka Anindita yang selalu mendukung dan membangkitkan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
12. Sahabat seperjuangan wilda, kiki, janah dan saniah yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan membantu selama perkuliahan.

Butuh lembar yang luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, Aamiin.

Wabillahitaufiq wallhidayah Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Juli 2021

Penulis,

NIA APRILIA
11725202956

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 7 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| E. Model Penelitian | 9 |
| F. Variabel Penelitian..... | 9 |
| G. Hipotesis..... | 11 |
| H. Metode Penelitian..... | 11 |
| 1. Lokasi Penelitian..... | 11 |
| 2. Subjek Dan Objek Penelitian | 11 |
| 3. Populasi Dan Sampel | 12 |
| 4. Sumber Data..... | 13 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data..... | 14 |
| 6. Teknik Analisis Data..... | 14 |

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|----|
| 7. Uji Instrumen Penelitian | 16 |
| 8. Analisis Data Penelitian | 19 |
| I. Penelitian Terdahulu | 21 |
| J. Sistematika Penulisan | 24 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| A. Sejarah Singkat Pegadaian Syariah | 26 |
| B. Visi Dan Misi Pegadaian..... | 30 |
| C. Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru | 31 |
| D. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru..... | 34 |
| BAB III TINJAUAN TEORI | |
| A. Promosi | 37 |
| 1. Pengertian Promosi | 37 |
| 2. Tujuan Promosi | 38 |
| 3. Strategi Promosi | 40 |
| 4. Bauran Promosi..... | 41 |
| 5. Promosi Dalam Islam..... | 46 |
| B. Nasabah..... | 50 |
| 1. Pengertian Nasabah/Konsumen | 50 |
| 2. Pengertian Meningkatkan..... | 52 |
| 3. Pengertian Peningkatan Jumlah Nasabah..... | 52 |
| 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|----------------------|----|
| Jumlah Nasabah | 53 |
|----------------------|----|

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk

| | |
|---|----|
| Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru | 55 |
| 1. Karakteristik Responden | 56 |
| 2. Deskripsi Variabel..... | 58 |
| 3. Uji Instrumen Penelitian | 64 |
| 4. Analisa Data Peneliiian | 71 |
| 5. Pembahasan..... | 76 |

B. Kendala Dalam Kegiatan Promosi Produk Tabungan Emas Di

| | |
|--|----|
| PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru | 78 |
| 1. Iklan (<i>Advertensi</i>)..... | 78 |
| 2. Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)..... | 78 |
| 3. Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>) | 79 |
| 4. Hubungan Masyarakat | 81 |
| 5. Pembahasan..... | 82 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 83 |
| B. Saran | 84 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

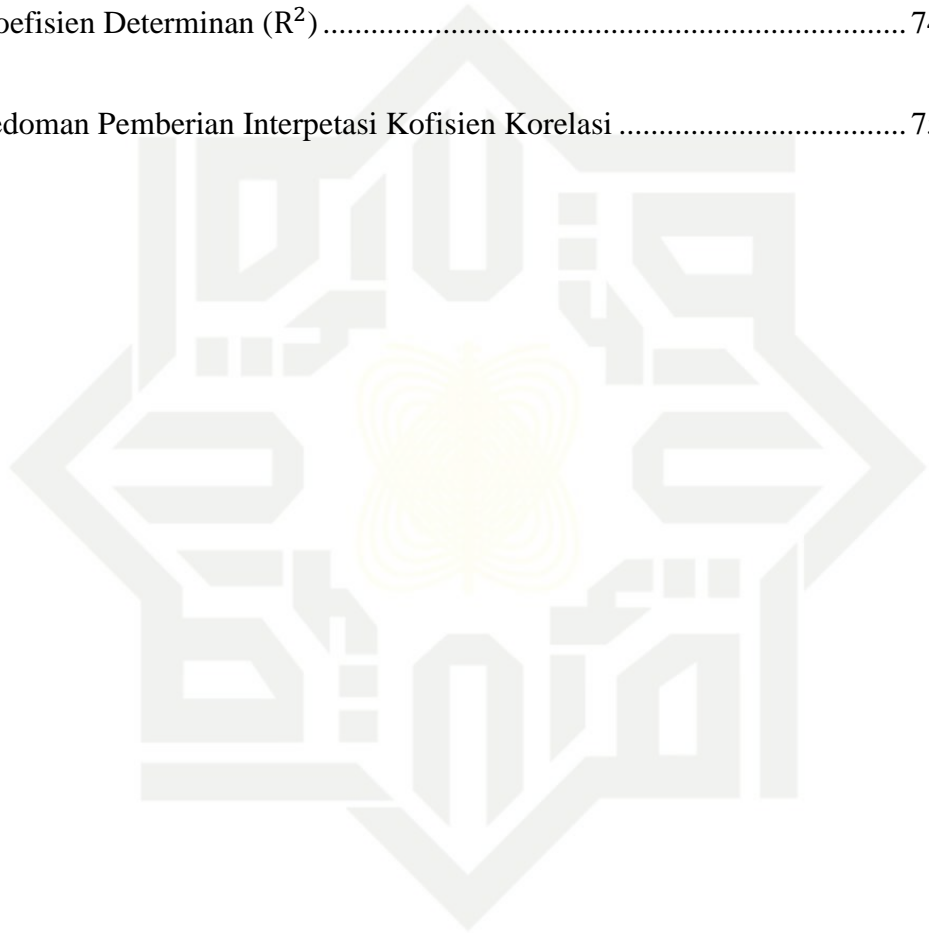
DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel I.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Tabungan | |
| Emas Tahun 2020 | 6 |
| Tabel I.2 Definisi Variabel Penelitian..... | 10 |
| Tabel I.3 Skala Pengukuran | 16 |
| Tabel I.4 Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Koelasi..... | 21 |
| Tabel I.5 Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 58 |
| Tabel IV.4 Deskripsi Jawaban responden Terhadap Variabel Promosi..... | 58 |
| Tabel IV.5 Deskripsi Jawaban responden Terhadap Variabel | |
| Peningkatan Jumlah Nasabah | 61 |
| Tabel IV.6 Uji Validitas Variabel Promosi (X) | 65 |
| Tabel IV.7 Uji Validitas Variabel Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) | 66 |
| Tabel IV.8 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X) | 67 |
| Tabel IV.9 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (Y) | 67 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|----|
| Tabel IV.10 Uji Autokorelasi..... | 70 |
| Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Sederhana..... | 71 |
| Tabel IV.12 Uji Parsial t | 73 |
| Tabel IV.13 Koefisien Determinan (R ²) | 74 |
| Tabel IV.14 Pedoman Pemberian Interpretasi Kofisien Korelasi | 75 |



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar I.1 Model Penelitian | 9 |
| Gambar II.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru | 36 |
| Gambar IV.1 Grafik Propability Plots | 68 |
| Gambar IV.2 Grafik Scatterplot..... | 69 |

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat dan negara, diantaranya yaitu lembaga keuangan non bank yang memberikan berbagai jasa keuangan dan menarik dana dari masyarakat secara *depository* atau tidak langsung seperti pegadaian.

Pegadaian adalah salah satu bentuk lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok perum pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai.

Dengan semakin maraknya perkembangan produk-produk syariah di Indonesia, pastinya sektor pegadaian juga ikut mengalaminya. Pegadaian syariah hadir di Indonesia dalam bentuk kerja sama Bank Syariah dengan Perum Pegadaian Syariah membentuk unit layanan gadai syariah di beberapa kota di Indonesia.¹

Latar belakang berdirinya pegadaian syariah yaitu bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia. Karena Bank Muamalat Indonesia sendiri belum

¹Rina Amelia, Skripsi: “Pengaruh Efektivitas Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru”, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019), h. 1.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

punya skill dalam bidang ahli menaksir barang, adapun pegadaian sudah mempunyai ahli penaksir barang akan tetapi dananya sangat terbatas. Maka dari itu perlu adanya kerja sama antara pegadaian dengan bank dengan prinsip bagi hasil.²

Pegadaian Syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak menganut bunga dalam bentuk riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil. Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang rahn yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan, dan Fatwa DSN-MUI No: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990.³

Dalam menjalankan sebuah perusahaan, kegiatan manajemen yang salah satunya merupakan kegiatan pemasaran sangat diperlukan dalam melihat situasi pasar. Salah satu kegiatan utama pemasaran yaitu promosi (*promotion*). Upaya yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan atau memberikan

² Dicki Hartono, *Bank & Lembaga Keuangan Lain*, (Yogyakarta: Aswajapressindo, 2012), h. 100-101.

³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 388-389.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi kepada masyarakat maupun pelanggannya. Promosi dilihat sebagai arus informasi satu arah atau kegiatan dalam membujuk pelanggan agar pelanggan mau melakukan pembelian dan proses transaksi. Proses ini sangat penting karena promosi dapat memberikan informasi yang dapat langsung dipahami oleh pembeli dan akhirnya proses pembelian.

Menurut Fandi Tjiptono promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merk dan produk perusahaan.⁴

Promosi sebagai salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan suatu produk, dan dapat menciptakan preferensi konsumen atau calon konsumen mengenai keefektifan dan keefisienan dari bauran promosi (*promotion mix*) yang digunakan. Bauran promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan.⁵

Menurut Tjiptono bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi adalah *personal selling*, *mass selling* yang terdiri dari periklanan dan publisitas, promosi penjualan, *public relations* (hubungan masyarakat).

⁴Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4 (Yogyakarta, CV Andi Offset, 2015). h. 386

⁵ Rahmi Syah Putri dan Indra Safri, *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Mobil Pekanbaru*, Jurnal Valuta Vol 1 No 2, Oktober 2015, 298-321, h. 299.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Periklanan (*Advertising*). Menurut Tjiptono Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.
2. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*). Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
4. Publisitas (*Publicity*) dan Hubungan Masyarakat (*Public Relations*). Publisitas merupakan stimulasi permintaan akan suatu barang atau jasa dengan cara memuat berita yang mempunyai arti komersial, pemuatan berita ini pada dasarnya tidak dibayar oleh perusahaan sponsor. Sedangkan menurut Tjiptono Public Relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.⁶

⁶ Alfiyandi dan La Ode Syarfan, *Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin DAI-ICHI LIFE Cabang Pekanbaru*, Jurnal Valuta Vol 2 No 1, April 2016, h. 58-59.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Produk tabungan emas adalah layanan penjualan dan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat dalam berinvestasi emas dengan fasilitas titipan. Salah satu tujuan dari produk ini adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli.⁷ Lalu di barengi dengan promosi sebagai salah satu kegiatan pemasaran produk tersebut.

Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian tertarik membeli produknya.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru dalam mempromosikan produk tabungan emas sudah cukup baik, yaitu dengan melakukan literasi, membuat brosur, mengadakan seminar, sosial media, radio, pameran, *cross selling*, dan lain sebagainya agar produk tabungan emas ini dikenal oleh masyarakat. Sebagaimana yang diketahui produk tabungan biasanya dilaksanakan di perbankan, baik itu dengan sistem konvensional maupun dengan sistem syariah. Sedangkan

⁷ Riyono, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", Jurnal STIE Semarang ,Vol 8, No 2, Edisi Juni 2016, h. 97

pegadaian menghadirkan produk tabungan dengan saldo yang dikonversikan kedalam emas.⁸

Dari upaya promosi yang telah dilakukan tersebut diharapkan agar masyarakat tertarik untuk membuka tabungan emas di pegadaian, dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Untuk melihat sejauh mana kemampuan perusahaan dalam melakukan promosi produk tabungan emas dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah tabungan emas tahun 2020. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah nasabah tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru pada tabel berikut.

Tabel I.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Produk
Tabungan Emas Tahun 2020

| No | Bulan | Jumlah Nasabah | Peningkatan |
|----|----------|----------------|-------------|
| 1 | Januari | 19 | 0 |
| 2 | Februari | 44 | 25 |
| 3 | Maret | 83 | 39 |
| 4 | April | 93 | 10 |
| 5 | Mei | 126 | 33 |
| 6 | Juni | 146 | 20 |
| 7 | Juli | 152 | 6 |
| 8 | Agustus | 160 | 8 |

⁸ Dwi Suryani (penaksir), *wawancara*, Pekanbaru, 24 Juni 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | |
|----|-----------|-----|-----|
| 9 | September | 193 | 33 |
| 10 | Oktober | 265 | 72 |
| 11 | November | 272 | 7 |
| 12 | Desember | 590 | 318 |

Sumber : Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

Dari tabel I.1 terlihat bahwa tingkat pertumbuhan jumlah nasabah mengalami peningkatan dan penurunan setiap bulannya, dan pada bulan Desember terjadi peningkatan yang signifikan dari pada bulan sebelumnya.

Dari gambaran tersebut penulis ingin mengetahui apakah ada keterkaitan masalah tersebut dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Maka penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisa sejauh mana pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru, dengan melakukan penelitian ilmiah dalam bentuk tulisan dengan mengangkat judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari yang dipersoalkan maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini yaitu **“Pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru”**.

C. Rumusan Masalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang terdiri dari:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru?
2. Apa saja kendala pada kegiatan promosi produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui kendala pada kegiatan promosi produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) dan mendapat gelar sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum.
- b. Bagi akademis, sebagai media untuk memperkaya ilmu pengetahuan, sumbangan pemikiran dan informasi bagi akademis tentang perkembangan ekonomi syariah dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran khususnya bagi pengelola PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

E. Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar I.1
Model Penelitian



F. Variabel Penelitian

- a. Variabel independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulant*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁹ Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi.

- b. Variabel dependen

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 39.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sering disebut variabel *output*, *kriteria*, *konsekuensi*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah peningkatan jumlah nasabah.

Tabel I.2

Definisi Variabel Penelitian

| No. | Variabel Penelitian | Definisi Variabel | Indikator |
|-----|--------------------------------|---|--|
| 1. | Promosi (X) | Elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merk dan produk perusahaan. (Fandi Tjiptono,2015) | - Periklanan (<i>advertising</i>) -Penjualan perseorangan (<i>personal selling</i>) -Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) - Hubungan masyarakat (<i>public relations</i>) |
| 2. | Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) | Perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh | - Kepuasan - Kenyamanan bertransaksi |

¹⁰ *Ibid.*, h. 39.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | |
|--|--|---|
| | keinginan dan keputusan nasabah dalam menggunakan memanfaatkan suatu produk. | -Informasi yang disampaikan teman/saudara - Fasilitas pelayanan ¹¹ |
|--|--|---|

G. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan atau jawaban atas suatu masalah yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris.¹²

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

H. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan yang beralamat di Jl. Utama/Nenas No. 3, Kampung Tengah, Sukajadi, Pekanbaru Riau 28128. Alasan penulis memilih lokasi ini diantaranya karena melihat adanya masalah yang layak untuk dijadikan sebagai karya ilmiah dan lokasi tersebut merupakan daerah yang strategis.

2. Subjek dan Objek Penelitian

¹¹Rina Amelia, *Op.Cit*, h. 11.

¹²Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Subjek

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pengelola dan nasabah produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

b. Objek

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah produk tabungan emas yang berjumlah 590 orang.

b. Sampel

Sampel adalah penarikan dari sebagian populasi untuk mewakili dari seluruh populasi. Teknik sampling pada penelitian ini adalah sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹³ Karena sampel dalam penelitian ini yaitu

¹³ Sugiyono, *Op.Cit*, h. 126.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seluruh nasabah produk tabungan emas sebanyak 590 orang, maka peneliti mengambil sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin* dimana rumusnya adalah:¹⁴

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

ket : n: banyak sampel

N: banyak populasi

e: persentase kesalahan yg diinginkan

$$n = \frac{590}{1+590(0,1^2)}$$

ket: n: banyak sampel

N: 590

e: 10 %

$$n = 85,5072 = 86 \text{ sampel}$$

Jadi sampel dalam penelitian ini yaitu 86 orang nasabah.

4. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi dua kategori yaitu:

a. Data primer

Yaitu data yang secara langsung berhubungan dengan responden, yang menjadi sumber data primer adalah pengelola dan nasabah produk tabungan emas yang ada di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

b. Data sekunder

¹⁴ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), h. 21.



Yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yang dilakukan yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan peneliti.

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara bebas baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian.¹⁵ Dalam hal ini wawancara akan dilakukan dengan pengelola di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

b. Kuisisioner (angket)

Angket yaitu suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pernyataan yang diajukan pada nasabah produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru untuk menilai promosi yang diterapkan serta pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah.

c. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dari dokumen-dokumen dari PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

6. Teknik Analisis data

¹⁵*Ibid.*, h. 23.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Setelah semua data berhasil dikumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengambilan data menggunakan instrument penelitian, analisis data berupa kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerial (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikan hubungan antar variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X) yaitu promosi, dan variabel terikat disimbolkan dengan huruf (Y), yakni peningkatan jumlah nasabah.

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisa penelitian ini yang bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

angket, dan setiap pertanyaan menggunakan metode Skala Likert dengan pembobotan pertanyaan sebagai berikut:

Tabel I.3

Skala Pengukuran

| Kategori | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

7. Uji instrumen penelitian

Sebelum dilakukan pengelolaan, data harus diuji terlebih dahulu.

Adapun uji instrumen penelitian ini, diantaranya ialah:

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidak validnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menemukan valid tidaknya kuesioner dalam penelitian menggunakan perbandingan antara *corrected item-total correlation* dengan koefisien korelasi yang ditentukan sebesar $r = 0,05$. Butir kuesioner dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* lebih



besar dari 0,05 dan sebaliknya jika *corrected item-total correlation* lebih kecil dari 0,05, maka dikatakan butir pertanyaan tidak valid.¹⁶

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan alpha cronbach. Kuesioner dikatakan reliabel jika cronbach alpha > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60.¹⁷

c. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas

Nilai normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah terstandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya.¹⁸

2) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Suatu model regresi yang baik

¹⁶Danang Sunyoto, *Op.Cit* , h. 173.

¹⁷*Ibid.*, h. 171.

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 103.

seharusnya terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan melihat diagram *scatterplot* adalah sebagai berikut:¹⁹

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebar, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol sumbu y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Deteksi adanya autokorelasi dengan melihat besaran durbin watson yang secara umum dapat diambil patokan yaitu:²⁰

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada korelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

¹⁹ *Ibid.*, h. 104.

²⁰ Danang Sunyoto, *Op.Cit.*, h. 171.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

8. Analisa data penelitian

a. Analisis regresi linier sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya, dimana variabel independen adalah promosi (X) dan variabel dependen adalah peningkatan jumlah nasabah (Y).

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = Peningkatan Jumlah Nasabah

a = Konstanta/Ketetapan

b = Koefisien Regresi Linier

X = Promosi

b. Uji Pasial t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berhubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5 %. Jika t dihitung $> t$ tabel, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t (hitung) $< t$ (tabel) maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel dependen.²¹

c. Koefisien determinan (R^2)

²¹ Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Pekanbaru : Pustaka Pelajar, 2012), h. 146.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koefisien determinan adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas, X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel yang lain (variabel terikat, Y). Nilai koefisien determinan (R^2) berada antara 0 sampai 1 ($0 \leq (R^2) \leq 1$) jika nilai (R^2) = 0 berarti tidak terpengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai (R^2) = 1 berarti variasi (naik/turunnya) variabel terhadap (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel independen (X).²²

d. Koefisien Korelasi (R)

Korelasi atau korelasi sederhana merupakan korelasi yang bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) (Uhar suharsaputra, 2014:129). Teknik korelasi ini digunakan untuk membuktikan hubungan variabel bila data variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber datanya sama (Sugiyono, 2007:228). Rumus yang digunakan dalam menghitung koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana:

r_{xy} : korelasi antara variabel X dan Y

x : ($x_i - \bar{x}$)

y : ($y_i - \bar{y}$)

²² Iqbal Hasan, *Op.Cit*, h. 44-45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penafsiran terhadap besar atau kecilnya koefisien korelasi yang diperoleh dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman pada ketentuan tertentu yang dapat dilihat dalam tabel berikut.²³

Tabel I.4

Pedoman Pemberian Intepretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,00 | Sangat kuat |

Untuk membantu dalam pengolahan data pembahasan dalam penelitian ini digunakan komputerisasi melalui program *Statistical Packet And Service Solution* (SPSS) versi 25.0.

I. Penelitian Terdahulu

Tabel I.4

Penelitian Terdahulu

| NO | NAMA | JUDUL | HASIL PENELITIAN |
|----|-------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | Muhammad Ahdi (2018) | Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan | Variabel-variabel promosi berpengaruh |

²³ Sugiyono, *Op.Cit*, h. 241.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | |
|---|------------------------------------|--|--|
| <p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> | | <p>Jumlah Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah</p> | <p>signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen dengan persentase sebesar 26,1% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini. Secara parsial periklanan, promosi penjualan dan publisitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah.</p> |
| <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> | <p>2 Ance Marsheres (2019)</p> | <p>Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu</p> | <p>Variabel pelayanan (X1) dan promosi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah pada BMT Al-Muawanah IAIN</p> |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | |
|----------------------------------|-----------------------|--|---|
| © Hak cipta milik UIN Suska Riau | | | Bengkulu. Hal ini dibuktikan melalui uji f dengan hasil yang diperoleh nilai f hitung sebesar 9,605 dan yang memiliki tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. |
| 3 | Nia Aprilia (2020) | Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu jumlah variabel dan objek penelitiannya. Dalam penelitian terdahulu terdapat lebih dari dua variabel sehingga menggunakan analisis regresi linier berganda, dan objeknya terdapat di koperasi jasa keuangan syariah dan BMT Al- |

| | | |
|----------------------------------|--|---|
| © Hak cipta milik UIN Suska Riau | | Muawanah. Sedangkan pada penelitian ini hanya terdapat dua variabel sehingga menggunakan analisis regresi linier sederhana dan objek penelitiannya yaitu pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian syariah unit cikpuan Pekanbaru. |
|----------------------------------|--|---|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yang terdiri dari beberapa sub bab, yang mana keseluruhan uraian itu mempunyai hubungan dan saling berkaitan satu sama lain.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, model penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada bab ini menjelaskan mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, Produk tabungan emas, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB III : TINJAUAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti meliputi, promosi dan peningkatan jumlah nasabah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan menyangkut pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah serta kendala pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah dan saran-saran kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU

A. Sejarah Singkat Pegadaian Syariah

PT Pegadaian (Persero) merupakan sebuah lembaga Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa per kreditan atas dasar hukum gadai. Awal berdirinya Pegadaian di Indonesia dimulai pada saat Pemerintah Penjajahan Belanda mendirikan Bank Van Leening yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan system gadai yang didirikan di Batavia pada tanggal 20 agustus 1746.

Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari Belanda (1811-1816), Bank Van Leening milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberikan keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapatkan lisensi dari pemerintah daerah setempat (*licentie stelsel*). Namun metode tersebut mendapat dampak buruk, pemegang lisensi menjalankan praktek rentenir atau lintah darat yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah Inggris yang berkuasa saat itu. Oleh karena itu, metode *licentie stelsel* diganti menjadi *patch stelsel* yaitu pendirian lembaga pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayar pajak yang tinggi kepada pemerintah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Site Name: UIN Suska Riau

Site IP: 192.168.1.1

Site URL: http://www.uin-suska-riau.ac.id

Site Title: UIN Suska Riau

Site Description: UIN Suska Riau

Site Keywords: UIN Suska Riau

Pada saat Belanda berkuasa kembali, pola atau metode *patch stelsel* tetap dipertahankan dan menimbulkan dampak yang sama dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan apa yang disebut dengan *culture stelsel*' dimana dalam kajian tentang pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaiknya pegadaian ditangani oleh pemerintah agar dapat memberi perlindungan dan manfaat yang besar bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan Staatsblad(Stbl) No.131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli pemerintahan dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai Hari Ulang Tahun Pegadaian.

Dalam masa ini Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai BUMN yang berbentuk Perusahaan Perseroan (Persero) yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) (Lembaran Negara Tahun 2011 Nomor 132), Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor : Kep-148/MBU/2011 tanggal 22 Juni 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), Akta Notaris Nanda Fauz Iwan, SH. Nomor 01 tanggal 1 April 2012 yang telah disahkan dengan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU17525.AH.01.01. Tahun 2012 tentang Pengesahan Badan Hukum Perseroan.

Sampai saat ini PT Pegadaian (Persero) merupakan satu-satunya BUMN yang bergerak dibidang jasa gadai, oleh karena itu Pemerintah memberikan hak monopoli kepada PT Pegadaian (Persero) untuk mengelola jasa perkreditan atas dasar hukum gadai. Kini usia pegadaian telah lebih dari seratus tahun, manfaatnya semakin dirasakan oleh masyarakat meskipun perusahaan membawa misi *Public Service Obligation*, ternyata perusahaan masih mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagi keuntungan kepada pemerintah.

Kantor Pusat Pegadaian berlokasi di Jl. Kramat Raya No 162 Jakarta Pusat. Dimana kantor Pegadaian memiliki kantor wilayah yang terbesar di seluruh Indonesia, yang salah satunya terletak di Pekanbaru (Riau).²⁴

Terbitnya PP/10 tanggal 1 april 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP10 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha PT. Pegadaian (Persero) sampai sekarang. Banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, telah sesuai dengan konsep

²⁴ Muhammad Yusuf Helmi Pratama, Skripsi: “Sistem Akuntansi Pembiayaan Pada Produk Amanah Di PT.Pegadaian (PERSERO) UPS Payung Sekak”, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), h. 8-10.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa pendapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Berkat Rahmat Allah SWT dan telah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit layanan syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azaz rasionalitas, efisiensi dan efektivitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi pegadaian syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah/Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan Divisi Usaha Lain PT. Pegadaian (Persero). ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta ditahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonveksi menjadi Pegadaian Syariah.²⁵

Berdirinya pegadaian syariah didasarkan atas perjanjian musyawarah dengan sistem bagi hasil antara perum pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk tujuan melayani nasabah bank muamalat indonesia maupun nasabah pegadaian yang ingin memanfaatkan jasa dengan

²⁵Delvia Agusti, Skripsi : “Peran Pimpinan Dalam Meningkatkan Etos Kerja Karyawan Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Syariah Soebrantas Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, (Pekanbaru : UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2014), h. 12-13.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan prinsip syariah. Dalam perjanjian di Bank Muamalat Indonesia memberikan modal bagi pendirian pegadaian syariah, karena untuk mendirikan lembaga keuangan syariah modalnya juga diperoleh dengan prinsip syariah, sedangkan perum yang menjalankan operasionalnya dan penyediaan sumber daya manusia dengan pertimbangan pengalaman perum pegadaian dalam pelayanan jasa gadai.²⁶

PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru merupakan salah satu unit dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas pertama kali berlokasi di Pandau Permai pada tanggal 20 November 2008, yaitu pada tanggal 2 Januari 2011 dipindahkan di Jln. HR. Soebrantas KM 10,5 Panam yang ditetapkan berdasarkan keputusan Pimpinan wilayah (KANWIL) II, perum pegadaian syariah Pekanbaru No. 302/OP 1.14001/2011, tentang pembukaan kantor cabang Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas.

Adapun alamat lengkap PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan yaitu beralamat di Jl. Utama/Nenas No. 3, Kampung Tengah, Sukajadi, Pekanbaru Riau 28128.

B. Visi Dan Misi Pegadaian

VISI

²⁶Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2011), h. 81.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 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 Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

MISI

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.
3. Memberikan service excellence dengan fokus nasabah melalui:
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - Praktek manajemen risiko yang kokoh
 - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik²⁷

C. Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

Produk Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk Tabungan Emas memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya.

Keunggulan

²⁷ Lihat : <https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi> , diakses pada tanggal 28 Januari 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Tersedia diseluruh outlet Pegadaian dan melalui Pegadaian *Digital Service*, Agen Pegadaian dan *Marketplace*.
- b. Biaya administrasi dan pengelolaan ringan.
- c. Nasabah dapat melakukan transfer ke rekening Tabungan Emas mulai dari 0,1 gram.
- d. Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari kepingan 1 gram.
- e. Dijamin karatase 24 karat.
- f. Dikelola secara profesional dan transparan.
- g. Harga jual dan *buyback* yang kompetitif.
- h. Nasabah dapat melakukan *buyback* mulai dari 1 gram.
- i. Nasabah dapat melakukan pembelian Tabungan Emas (*Top Up*) mulai dari 0,01 gram.²⁸

Prosedur Tabungan Emas

- a. Membuka rekening Tabungan Emas di Kantor Unit Pegadaian hanya dengan melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/ SIM/ Passpor) yang masih berlaku.
- b. Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp. 10.000,- dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000,-.

²⁸ Lihat : <https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas> , diakses pada tanggal 28 Januari 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- c. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0.01 gram dengan atau sebesar Rp. 8.330,- untuk tanggal hari ini (12-03-2021). Misalnya jika ingin membeli 1 gram, maka harganya adalah Rp. 833.000,-
 - d. Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas Anda dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram dan Anda dapat menerima uang tunai sebesar Rp. 868.000,- untuk tanggal 12-03-2021.
 - e. Uang pembelian dikonversi menjadi emas sampai dengan 4 digit di belakang koma. Atas selisihnya dikelola sebagai Dana Kepedulian Sosial atau Dana Kebajikan Umat.
 - f. Apabila menghendaki fisik emas batangan, Anda dapat melakukan order cetak dengan pilihan keping (5gr, 10gr, 25gr, 50gr, dan 100gr) dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih.
 - g. Minimal saldo rekening adalah 0.1 gram.
- Transaksi penjualan emas kepada Pegadaian dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilayani di Kantor Pegadaian tempat pembukaan rekening dengan menunjukan Buku Tabungan dan identitas diri yang asli.
- Sedangkan mekanisme produk tabungan emas di pegadain syariah, tabungan emas sama dengan menabung di bank juga tetapi tabungan emas di pegadain syariah, saldo bukanlah nominal uang, tetapi berat emas yang dimiliki oleh nasabah yang bersangkutan, jadi berapa pun jumlah uang disetorkan ke rekening langsung di konversikan dalam satuan berat emas. Untuk tabungan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

emas, pihak pegadaian menggunakan sistem jua-beli dan titip emas artinya nasabah membeli sejumlah emas, kemudian menitipkan ke pihak pegadaian syariah. Setelah mencapai jumlah tertentu, nasabah dapat mencetak emas tersebut atau menjual kembali kepada pihak pegadaian syariah apabila saat membutuhkan uang tunai.

Apabila nasabah mau mengambilnya dalam bentuk emas maka di kenakan biaya lagi dengan sesuai berat emas yang akan dicetak sesuai dengan keinginan nasabah dan sesuai harga emas dunia pada hari tersebut.

Tabungan emas ini memiliki keistimewaan dari produk lain yaitu nasabah pegadaian syariah yang ingin memiliki emas tidak perlu mengeluarkan uang banyak (pembelian secara tunai), tetapi cukup dengan setoran minimum 10.000 bisa jadi emas dengan persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan pegadaian syariah. Transaksi muamalah pada lembaga ekonomi syariah, syarat utamanya adalah akad atau perikatan. Dalam mencapai produk hukum yang baik dan benar, maka syarat dan rukun harus di pahami dan dikuasai serta selalu terpenuhi setiap melakukan transaksi.

D. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

Struktur organisasi pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru terdiri dari pimpinan cabang, penaksir, kasir, dan security yang memiliki tanggungjawab berbeda-beda.

1. Pimpinan Cabang (Manajer)



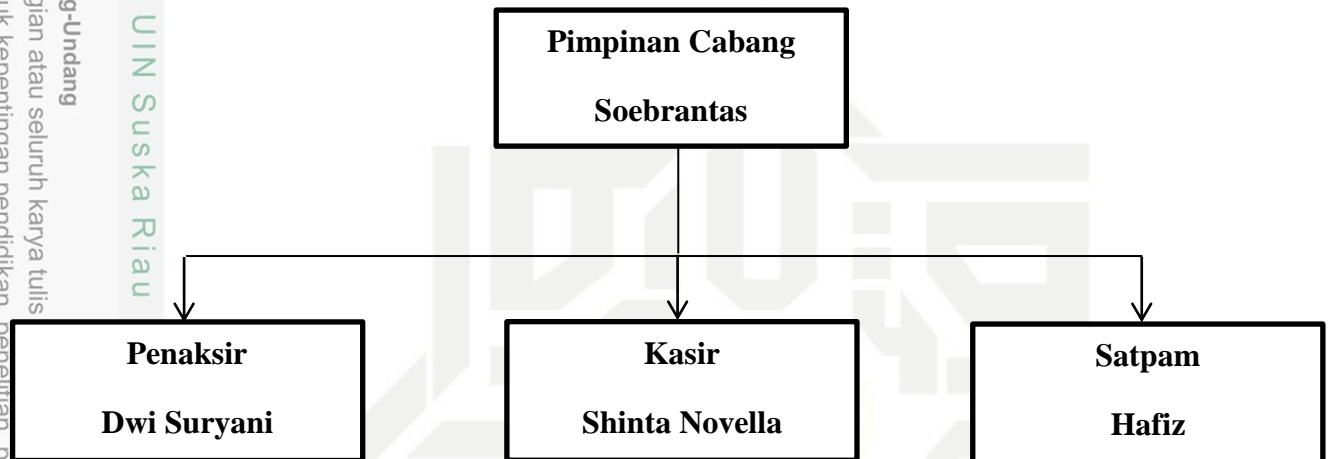
Fungsi manajer kantor cabang unit layanan gadai syariah adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai pimpinan pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Secara organisatoris manajer kantor cabang unit layanan syariah bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah, selanjutnya pimpinan wilayah akan melaporkan hasil kegiatan binaannya kepada direksi.
 - b. Membantu kelancaran pelaksanaan tugas dikantor cabang unit layanan gadai syariah.
2. Penaksir, bertugas menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.
 3. Kasir bertugas melakukan tugas penerimaan, penyimpanan pembayaran serta pembelian sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor pegadaian unit layanan gadai syariah.
 4. Bagian keamanan bertugas menjaga keamanan kantor pegadaian unit layanan gadai syariah dan seluruh isi kantor baik siang maupun malam hari.²⁹

²⁹Rina Amelia, *Op.Cit*, h. 26-28.

Gambar II.1

**STRUKTUR ORGANISASI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN
PEKANBARU**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau untuk sebagian atau seluruhnya, tanpa menyebutkan sumber, dan menyebutkan nama penulisnya.
- 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORI

A. Promosi

1. Pengertian Promosi

Menurut Fandi Tjiptono, Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan tertarik untuk membelinya. Pada hakikatnya, promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merk dan produk perusahaan.³⁰

Menurut A.Hamdani promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk, kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.³¹

Menurut Buchari Alma (2007: 179) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen

³⁰ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4(Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), h. 386.

³¹ M. Nur Rianto Al Arif , *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung,: Alfabeta, 2010), h. 169.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, medidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.³²

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa pun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Pada hakekatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.³³

2. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara terperinci tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru,
 - 2) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk,
 - 3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar,
 - 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk,

³² Riyono, *Op.Cit*, h. 101.

³³ Harman Malau, *MANAJEMEN PEMASARAN Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung : CV ALFABETA, 2017), h. 103.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan,
 - 6) Meluruskan kesan yang keliru,
 - 7) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli,
 - 8) Membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
- 1) Membentuk pilihan merk,
 - 2) Mengalihkan pilihan ke merk tertentu,
 - 3) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk,
 - 4) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga,
 - 5) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesmean*).
- c. Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
- 1) Mengingat pembeli/ konsumen bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat,
 - 2) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk dari perusahaan tertentu,
 - 3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan,
 - 4) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.
- Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk suatu perusahaan, memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, dan kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.³⁴

³⁴ *Ibid*, h.112-113.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli (Moekijat, 2000 : 443). Sedangkan menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001 : 146) mendefinisikan bahwa strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan.³⁵

Suatu produk betapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan dalam kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari acuan/bauran pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar. Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek (*brand*) selama ini bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat.

³⁵ Wahyuni H., Skripsi: “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*”, (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2019), h. 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiap perusahaan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli, sehingga dapat tercapai tujuan dan sasaran perusahaan. Usaha perusahaan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran disebut promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut acuan/bauran promosi (*promotional mix*), yang terdiri dari *Advertensi*, *Personal selling*, Promosi penjualan (*Sales Promotion*), dan *Publisitas (Publicity)*. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.³⁶

4. Bauran Promosi

Bauran promosi ialah kombinasi empat komponen promosi yang mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan publikasi. Sebuah promosi yang efektif membutuhkan diferensiasi produk, segmentasi pasar, melakukan jual beli, dan memberi merek. Oleh karena itu, pembuatan bauran promosi yang efektif menyangkut pengambilan putusan-putusan strategis.³⁷

³⁶ Sofjan Assauri, M.B.A., *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*, Ed.1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h. 264-265.

³⁷ Ari Setyaningrum, et.all, *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), h. 232.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan acuan/bauran promosi (*promotional mix*) yang terdiri dari:

a. Iklan (*Advertensi*)

Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal. Media yang sering digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan billboard.

Di samping itu, advertensi dapat pula dilihat sebagai kegiatan untuk menyadarkan konsumen yang berpotensi akan kehadiran produk tersebut, kegunaan maupun sifat-sifatnya, harganya dan dimana produk tersebut tersedia dan dapat dibeli. Berdasarkan uraian ini, advertensi adalah cara untuk mempromosikan barang, jasa atau gagasan/ide yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal, dalam rangka untuk menarik calon konsumen guna melakukan pembelian, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan advertensi secara keseluruhan mempengaruhi tingkat penjualan agar tingkat keuntungan perusahaan meningkat. Sedangkan tujuan advertensi secara khusus, adalah:

- 1) Mempertahankan para langganan yang setia dengan membujuk para langganan agar tetap membeli.
- 2) Menarik kembali para langganan yang hilang atau lari, dengan menarik atau mengarahkan arus langganan secara perlahan-lahan ke arah produk yang dihasilkan perusahaan dari merek produk saingan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 3) Menarik langganan baru, dengan menarik arus pembeli ke arah produk yang diiklankan perusahaan, dan menggantikan tempat langganan yang pindah ke merek produk saingan, serta memperluas pasar secara keseluruhan.³⁸

Adapun fungsi periklanan adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan informasi.
 - 2) Membujuk atau mempengaruhi.
 - 3) Menciptakan kesan.
 - 4) Memuaskan keinginan
 - 5) Sebagai alat komunikasi.³⁹
- b. Penjualan Perseorangan (*personal selling*)

Yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan. Jadi, dalam *personal selling* terdapat kontak pribadi secara langsung antara penjual dan pembeli, sehingga dapat menciptakan komunikasi dua jalur antara pembeli dan penjual. Disamping menjelaskan atau memberitahukan tentang produk dan membujuk (merayu/menggunggah) calon pembeli, *personal selling* juga menampung keluhan dan saran dari pembeli, sehingga umpan-balik bagi perusahaan. Jadi, *personal selling* dilakukan secara lisan atau tatap muka dalam bentuk percakapan antara penjual atau pramuniaga (*sales-person*) dan calon pembeli dengan tujuan agar terjadi transaksi penjualan.

³⁸ Sofjan Assauri, M.B.A, *Op.Cit*, h. 268-273.

³⁹ Ramsiah Tasruddin, "*Strategi Periklanan Yang Efektif*", Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No.1, Desember 2015, h. 109-110.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Yang merupakan kegiatan promosi selain *personal selling*, *advertensi* dan *publisitas*, yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen, dan dapat meningkatkan efektivitas para penyalur dengan mengadakan seperti pameran, pertunjukkan, peragaan/demonstrasi dan berbagai kegiatan penjualan yang lain, yang dilakukan sewaktu-waktu, tidak bersifat rutin.

Dalam proses penjualan dilakukan berbagai usaha untuk meningkatkan penjualan dengan menyelenggarakan berbagai pertemuan, pertunjukan, contoh gratis atau demonstrasi, perlombaan dan kemasan khusus. Semua ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang bersifat langsung dan juga bersifat jangka pendek. Dengan demikian, promosi penjualan dapat pula dinyatakan sebagai kegiatan yang melengkapi dan mendorong periklanan dan *personal selling*, dan sifatnya berbeda dengan *personal selling*, karena *personal selling* ditujukan untuk perorangan, sedangkan promosi penjualan ditujukan kepada kelompok pembeli atau calon pembeli. Perbedaannya dengan *advertensi* ditujukan pada kelompok konsumen dalam jumlah besar, sedangkan promosi penjualan menghususkan pada suatu kelompok konsumen tertentu dalam jumlah relatif kecil.

Promosi penjualan dapat dibedakan atas tiga macam, yaitu:

- 1) Promosi yang diarahkan kepada pembeli, misalnya *sample*, kupon, pameran, demonstrasi/peragaan, dan lain-lain.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Promosi yang diarahkan kepada pedagang, misalnya potongan (*discount*), *dealer contest*, dan lain-lain.
- 3) Promosi yang diarahkan kepada pramuniaga (*sales person*), misalnya bonus.

d. Publisitas (*Publicity*)

Merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut. Jadi, dapat dinyatakan bahwa publisitas merupakan rangsangan terhadap permintaan akan suatu produk yang berupa barang atau jasa dan akan suatu unit perdagangan/usaha tertentu, dengan menyusun berita yang menarik mengenai produk atau unit usaha/perdagangan tersebut, di dalam suatu media publisitas seperti radio, TV atau pertunjukan yang tidak dibayar oleh sponsor. Publisitas ini lebih efektif karena cara penyampaianya dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diterima sebagai suatu berita yang baru oleh para pendengar atau pembacanya.

Publisitas dan hubungan masyarakat (*public relations*) merupakan suatu rangsangan yang tidak bersifat pribadi/perorangan dari permintaan untuk barang, jasa atau unit usaha dengan memasang berita yang mempunyai nilai komersial di radio, TV atau panggung, tanpa dibayar oleh perusahaan sponsor atau perusahaan yang mendapat keuntungan dari publisitas tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Publisitas merupakan salah satu bagian tugas hubungan masyarakat. Setiap perusahaan akan berusaha untuk menciptakan hubungan masyarakat yang baik, agar mendapat publisitas yang baik. Sebenarnya hubungan masyarakat merupakan suatu kegiatan pemasaran, yaitu suatu usaha yang terencana untuk membentuk dan mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat. Kegiatan ini adalah usaha untuk mendapatkan pengertian dan *good-will* dari langganan, perusahaan lain, pekerja, pedagang (*reseller*), pejabat pemerintahan, dan lain-lain. Tanpa dukungan hubungan masyarakat, dana atau uang yang dihabiskan untuk berbagai macam kegiatan, tidak dapat menghasilkan dan tidak dapat bekerja sekeras sebagaimana seharusnya, sehingga akibatnya kegiatan promosi lainnya yang dilakukan oleh tenaga yang ada harus bekerja lebih keras dari pada yang seharusnya.⁴⁰

5. Promosi Dalam Islam

Promotion juga merupakan elemen *marketing mix*. Dalam Islam semua usaha yang dilakukan pemasar untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam usaha demi menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada diperbolehkan termasuk melakukan kegiatan promosi. Etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan pelecehan terhadap suku, agama, dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang berlebihan, dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik

⁴⁰ Sofjan Assauri, M.B.A, *Op.Cit*, h. 277-287.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan. Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktik penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa konsumen.

Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk pada konsumen. Dalam Islam dalam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah Saw. sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan, justru Beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi tentang produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya. Dampak promosi yang berlebihan akan menimbulkan kekecewaan konsumen akibat dari mendapatkan suatu barang tetapi tidak sesuai dengan ekspektasinya. Karena konsumen kecewa maka konsumen akan memberikan informasi yang negatif melalui media *word-of-mouth* dan implikasinya hilangnya kepercayaan konsumen pada *marketer* yang kurang jujur. Pentingnya kejujuran dalam melakukan promosi dan ketidakjujuran sebagai tindakan yang tercela disampaikan melalui hadis Rasulullah Saw. yaitu:

“Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela”. (HR Bukhari dan Muslim).

Makna yang jelas berdasarkan hadis tersebut adalah rusaknya “keuntungan” yang berarti hilangnya keuntungan secara finansial,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

relasional, kepercayaan dan keberlangsungan bisnis secara jangka panjang bagi para pelaku pemasaran. Hal ini juga diperkuat oleh sabda Rasulullah Saw. yang diriwayatkan oleh Muslim sebagai berikut:

“Sumpah atau janji yang diucapkan untuk melariskan perdagangan dapat merusak keuntungan.” (HR Muslim)⁴¹

Pada sisi lain Rasulullah Saw. menekankan pentingnya etika dalam melakukan promosi, yaitu tidak diperbolehkannya melakukan promosi dengan cara mengeksploitasi wanita secara berlebihan dalam rangka menarik minat atau melariskan barang yang diperjualbelikan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A’raaf (7): 26-27:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَرِّقِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسٌ

التَّقْوَى ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ - ٢٦

“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.” (QS. Al-A’raaf (7): 26).

يَبْنِي آدَمَ لَا يَفْتِنَنَّكُمُ الشَّيْطَانُ كَمَا أَخْرَجَ أَبَوَيْكُم مِّنَ الْجَنَّةِ يَنْزِعُ عَنْهُمَا

لِبَاسَهُمَا لِيُرِيَهُمَا سَوَاتِهِمَا إِنَّهُ يَرَاكُمْ هُوَ وَقَبِيلُهُ مِنْ حَيْثُ لَا تَرَوْنَهُمْ

إِنَّا جَعَلْنَا الشَّيْطَانَ أَوْلِيَاءَ لِلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ - ٢٧

⁴¹ Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h.168.



“Wahai anak cucu Adam! Janganlah sampai kamu tertipu oleh setan sebagaimana halnya dia (setan) telah mengeluarkan ibu bapakmu dari surga, dengan menanggalkan pakaian keduanya untuk memperlihatkan aurat keduanya. Sesungguhnya dia dan pengikutnya dapat melihat kamu dari suatu tempat yang kamu tidak bisa melihat mereka. Sesungguhnya Kami telah menjadikan setan-setan itu pemimpin bagi orang-orang yang tidak beriman.” (QS. Al-A’raaf (7): 27).⁴²

Aturan promosi menurut Islam adalah tidak dibenarkan melakukan penipuan, baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan. Al-qur’aan mengutuk segala bentuk pernyataan palsu, tuduhan tidak mendasar, informasi, dan kesaksian palsu. Hal ini terdapat pada firman Allah SWT yaitu QS. Al-Baqarah(2): 204 :

وَمِنَ النَّاسِ مَن يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهُ عَلَىٰ مَا فِي
 قَلْبِهِ وَهُوَ أَلَدُّ الْخِصَامِ

“Dan diantara manusia ada yang ucapannya tentang kehidupan dunia mengagumkan engkau (Muhammad), dan dia bersaksi kepada Allah mengenai isi hatinya, padahal ia adalah penantang yang paling keras.” (QS. Al-Baqarah (2): 204).⁴³

Dalam etika pemasaran syariah, seorang *salesman* maupun *customer relation* itu tidak etis menyampaikan pujian secara berlebihan atas kualitas produk atau atribut yang dimilikinya. Oleh karena itu, di bidang promosi produk, etika pemasaran syariah menekankan aturan berikut:

- a) Menghindari iklan palsu dan menyesatkan.

⁴² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h. 164-165.

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017), h. 32.



- b) Penolakan praktik manipulasi atau taktik penjualan yang menyesatkan.
- c) Menghindari promosi penjualan yang menggunakan penipuan.

Menurut etika Islam *marketer* adalah orang yang bertanggung jawab kepada Allah Swt. Implikasinya harus jujur dan adil dalam praktik pemasarannya. Menurut prinsip Islam, pemasar dituntut untuk mengungkapkan semua spesifikasi barang secara jelas. Nabi Muhammad Saw. secara tegas mengutuk semua perilaku promosi yang syarat akan unsur penipuan hingga bersabda bahwa:

“Orang yang tidak jujur dalam berbisnis bukan salah satu golonganku”⁴⁴

B. Nasabah

1. Pengertian Nasabah/ Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda/Inggris), *consumen* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna, yang diterjemahkan dari kata *users* dari bahasa Inggris. Pengertian lain dari konsumen adalah pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, penerima, pendengar, dan masih banyak lagi.⁴⁵

⁴⁴ Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit*, h. 169.

⁴⁵ Damiati, et.all, *Perilaku Konsumen*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 5.



Konsumen adalah seseorang atau sekelompok orang yang membeli suatu produk untuk dipakai sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen dapat berupa individu (perorangan), pemerintah, maupun swasta. Konsumen atau nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan. Sedangkan nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁴⁶

Dalam praktiknya nasabah dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu sebagai berikut:

1) Nasabah Baru

Nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah melakukan transaksi.

2) Nasabah Biasa

Artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 189.



transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya tidak terlalu sering.

3) Nasabah Utama

Artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu di pupuk.⁴⁷

2. Pengertian Meningkatkan

Kata meningkatkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata kerja dengan beberapa arti antara lain menaikkan yang berarti derajat, taraf, mengangkat diri, memegahkan diri dan sebagainya. Serta mempertinggi yang berarti memperhebat (produksi dan sebagainya).

Sedangkan menurut Moeliono seperti yang dikutip Sawiwati, peningkatan adalah sebuah cara atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik berdasarkan kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa didalam makna kata “meningkatkan” tersirat adanya unsur proses yang bertahap dari tahap terendah, tahap menengah dan tahap akhir atau tahap puncak.⁴⁸

3. Pengertian Peningkatan Jumlah Nasabah

Dari penjelasan diatas tentang pengertian meningkatkan dan pengertian nasabah dapat disimpulkan bahwa pengertian peningkatan jumlah nasabah adalah Perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh

⁴⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), h. 68

⁴⁸ Novija Kurniawan, Skripsi: *Strategi Meningkatkan Nasabah Pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2014), h. 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keinginan dan keputusan nasabah dalam menggunakan dan memanfaatkan suatu produk.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah tidak lepas dari faktor *marketing mix*. *Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Jadi, *marketing mix* terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasaran.

Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*), yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Keempat unsur atau variabel strategi acuan/bauran pemasaran tersebut adalah:

- a) Strategi Produk,
- b) Strategi Harga,
- c) Strategi Penyaluran/Distribusi, dan
- d) Strategi Promosi

Keempat strategi tersebut di atas saling mempengaruhi (*independent*), sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu strategi acuan/bauran. Sedangkan strategi *marketing mix* ini merupakan bagian dari strategi pemasaran (*marketing strategy*), dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.⁴⁹

Dalam penelitian ini hanya satu faktor sebagai variabel yang akan diteliti yaitu promosi. Strategi promosi merupakan suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai suatu unit usaha. Promosi adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa agar para konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi promosi adalah perencanaan dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya.

⁴⁹ Sofjan Assauri, M.B.A, *Op.Cit*, h 198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru. Hasil uji t menunjukkan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima, diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil determinan koefisien (R^2) diketahui nilai koefisien determinan atau R Square adalah sebesar 0,166. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel promosi terhadap variabel peningkatan jumlah nasabah sebesar 16,6%, sedangkan sisanya 83,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.
2. Kendala dalam kegiatan promosi pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan yaitu terdapat pada promosi secara penjualan perseorangan (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*).

B. Saran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan:

1. Dengan adanya pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru, maka pihak lembaga harus lebih memperhatikan indikator promosi. Promosi yang menarik dan sesuai harus lebih ditingkatkan lagi supaya nasabah yang menabung di Pegadaian semakin meningkat dari tahun ke tahun.
2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan meneliti variabel lain sebagai variabel independen karena mungkin variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Asnawi, Nur. Asnan Fanani, Muhammad. *Pemasaran Syariah*, Depok: PT RajaGrapindo Persada, 2017.
- Assauri, M.B.A, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT RajaGrapindo Persada, 2011.
- Damiati, et.all. *Perilaku Konsumen*, Depok: PT RajaGrapindo Persada, 2017.
- Departemen Agama RI. *Qur'an Tajwid Dilengkapi Terjemahan*, Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017.
- Ghofur Anshori, Abdul. *Gadai Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2011.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Hartono, Dicki. *Bank & Lembaga Keuangan Lain*, Yogyakarta: Aswajapressindo, 2012.
- Hartono. *Statistik Untuk Penelitian*, Pekanbaru : Pustaka Pelajar, 2012.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta : Bumi Aksara, 2010.
- Kasmir. *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Malau, Harman. *MANAJEMEN PEMASARAN Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung: CV ALFABETA, 2017.

Nur Rianto Al Arif, M. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Nur Rianto Al Arif, M. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Setyaningrum,et.all, Ari. *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*, Yogyakarta: ANDI, 2015.

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan syariah*, Jakarta : Kencana, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2013.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian ekonomi*, Yogyakarta: CAPS, 2011.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015.

B. Jurnal/Skripsi

Agusti, Delvia. Skripsi : “*Peran Pimpinan Dalam Meningkatkan Etos Kerja Karyawan Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Syariah Soebrantas*”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, Pekanbaru : UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2014.

Alfiyandi dan La Ode Syarfah. “*Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin DAI-ICHI LIFE Cabang Pekanbaru*”, Jurnal Valuta Vol 2 No 1, April 2016. diakses pada tanggal 09/12/2020

Amelia, Rina. Skripsi: “*Pengaruh Efektivitas Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Soebrantas Pekanbaru*”, Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.

Novija Kurniawan. Skripsi: “*Strategi Meningkatkan Nasabah Pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah*”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.

Putri, Rahmi Syah. dan Safri Indra. *Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Mobil Pekanbaru*, Jurnal Valuta Vol 1 No 2, 2015. diakses pada tanggal 09/12/2020

Ramsiah Tasruddin. *Strategi Periklanan Yang Efektif*. Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No.1, Desember 2015, diakses pada tanggal 06/07/2021.

Riyono. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*, Jurnal STIE

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semarang, Vol 8, No 2, Edisi Juni 2016, diakses pada tanggal 29/02/2020.

Wahyuni H. Skripsi: *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*. Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2019.

Yusuf Helmi Pratama, Muhammad. Skripsi: “*Sistem Akuntansi Pembiayaan Pada Produk Amanah Di PT.Pegadaian (PERSERO) UPS Payung Sekaki*”. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.

C. Website

<https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas>, diakses pada tanggal 28 Januari 2021.

<https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi>, diakses pada tanggal 28 Januari 2021.

Lampiran I : Kuisisioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU

Angket ini ditujukan kepada Nasabah Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru. Atas bantuan Nasabah dalam pengisian angket ini saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis kelamin : Laki-laki/ Perempuan (coret yang tidak perlu)

Pendidikan :

B. Petunjuk Pengisian

- Berilah tanda *check list* (✓) untuk setiap jawaban pernyataan yang paling tepat dan sesuai dengan keadaan yang mencerminkan Bapak/ Ibu yang paling objektif.
- Dimohon Bapak/Ibu untuk dapat mengisi semua jawaban yang ada.
- Setiap pernyataan mempunyai lima alternative jawaban, yaitu :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Daftar Pertanyaan

1. Promosi

| NO | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|-------------------------------|---|----|---|----|----|-----|
| a. Periklanan | | | | | | |
| 1 | Saya tertarik dengan model periklanan produk tabungan emas lewat media brosur. | | | | | |
| 2 | Promosi pegadaian UPS Cikpuan menentukan keputusan saya dalam memilih produk tabungan emas. | | | | | |
| b. Personal Selling | | | | | | |
| 3 | Saya senang dengan media promosi produk tabungan emas yang dilakukan secara <i>face to face</i> (tatap muka), | | | | | |
| 4 | Pegadaian UPS Cikpuan melakukan promosi produk tabungan emas dengan pendekatan perorangan. | | | | | |
| c. Promosi Penjualan | | | | | | |
| 5 | Keramahan marketing dengan nasabahnya merupakan promosi yang baik. | | | | | |
| 6 | Promosi produk tabungan emas yang dilakukan UPS Cikpuan sangat menarik. | | | | | |
| 7 | Saya senang jika karyawan pegadaian UPS Cikpuan mampu menjelaskan mengenai produk tabungan emas yang dipasarkan. | | | | | |
| d. Hubungan Masyarakat | | | | | | |
| 8 | Saya tertarik menjadi nasabah produk tabungan emas karena pihak pegadaian UPS Cikpuan peduli terhadap nasabahnya. | | | | | |



- Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 9 | Saya tertarik dengan pegadaian UPS Cikpuan karena adanya promo yang menarik. | | | | | |
| 10 | Pegadaian UPS Cikpuan memberikan kemudahan dalam transaksi menabung. | | | | | |

2. Peningkatan Jumlah Nasabah

| NO | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|---|---|----|---|----|----|-----|
| a. Kepuasan | | | | | | |
| 1 | Saya merasa puas melakukan transaksi produk tabungan emas di UPS Cikpuan. | | | | | |
| 2 | Saya berencana untuk tetap melakukan transaksi produk tabungan emas di UPS Cikpuan dalam jangka panjang. | | | | | |
| b. Kenyamanan Bertransaksi | | | | | | |
| 3 | Saya merasa nyaman ketika melakukan transaksi produk tabungan emas dengan pihak UPS Cikpuan. | | | | | |
| 4 | Saya tetap berkeinginan menggunakan produk tabungan emas di UPS Cikpuan di masa yang akan datang. | | | | | |
| c. Informasi Yang Di sampaikan Teman/Saudara | | | | | | |
| 5 | Saya tertarik menjadi nasabah produk tabungan emas di UPS Cikpuan karena informasi yang disampaikan teman/saudara. | | | | | |
| 6 | Saya merasa senang menjadi nasabah produk tabungan emas di UPS Cikpuan karena informasi mengenai produk, pelayanan, dan fasilitas yang diberikan sesuai dengan yang disampaikan teman/saudara | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 7 | Saya berniat merekomendasikan kepada teman/saudara untuk bertransaksi produk tabungan emas di UPS Cikpuan. | | | | | |
| d. Fasilitas Pelayanan | | | | | | |
| 8 | Fasilitas pelayanan UPS Cikpuan sesuai dengan yang saya harapkan. | | | | | |
| 9 | Saya merasa nyaman atas fasilitas yang diberikan oleh pihak UPS Cikpuan. | | | | | |
| 10 | Saya merasa senang menjadi nasabah UPS Cikpuan karena respon karyawan terhadap kebutuhan fasilitas nasabah sangat tepat. | | | | | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran II : Uji-Uji Instrumen Penelitian

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | | | | | |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-laki | 31 | 36,0 | 36,0 | 36,0 |
| | Perempuan | 55 | 64,0 | 64,0 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Usia

| Usia | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 18-29 | 45 | 52,3 | 52,3 | 52,3 |
| | 30-39 | 27 | 31,4 | 31,4 | 83,7 |
| | 40-49 | 14 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Pendidikan

| Pendidikan | | | | | |
|------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S2 | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | S1 | 30 | 34,9 | 34,9 | 36,0 |
| | D3 | 4 | 4,7 | 4,7 | 40,7 |
| | SMA /SM K | 51 | 59,3 | 59,3 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. DESKRIPSI VARIABEL

| Descriptive Statistics | | | |
|----------------------------|-------|----------------|----|
| | Mean | Std. Deviation | N |
| Peningkatan Jumlah Nasabah | 40,51 | 2,629 | 86 |
| Promosi | 41,66 | 2,467 | 86 |

1. HASIL JAWABAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL

PROMOSI (X)

| Statistics | | | | | | | | | | | |
|------------|---------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 |
| N | Valid | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| X1 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 8 | 9,3 | 9,3 | 9,3 |
| | KS | 28 | 32,6 | 32,6 | 41,9 |
| | S | 44 | 51,2 | 51,2 | 93,0 |
| | SS | 6 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X2 | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
|----|--|--|--|--|--|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | S | 52 | 60,5 | 60,5 | 61,6 |
| | SS | 33 | 38,4 | 38,4 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X3 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 32 | 37,2 | 37,2 | 37,2 |
| | S | 50 | 58,1 | 58,1 | 95,3 |
| | SS | 4 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X4 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 12 | 14,0 | 14,0 | 14,0 |
| | S | 55 | 64,0 | 64,0 | 77,9 |
| | SS | 19 | 22,1 | 22,1 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X5 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 44 | 51,2 | 51,2 | 51,2 |
| | SS | 42 | 48,8 | 48,8 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| X6 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 6 | 7,0 | 7,0 | 7,0 |
| | S | 63 | 73,3 | 73,3 | 80,2 |
| | SS | 17 | 19,8 | 19,8 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X7 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 36 | 41,9 | 41,9 | 41,9 |
| | SS | 50 | 58,1 | 58,1 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X8 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 2 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| | S | 75 | 87,2 | 87,2 | 89,5 |
| | SS | 9 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| X9 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 4 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | S | 70 | 81,4 | 81,4 | 86,0 |
| | SS | 12 | 14,0 | 14,0 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| X10 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 34 | 39,5 | 39,5 | 39,5 |
| | SS | 52 | 60,5 | 60,5 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

**2. HASIL JAWABAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH (Y)**

| Statistics | | | | | | | | | | | |
|------------|---------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 |
| N | Valid | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| Y1 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 79 | 91,9 | 91,9 | 91,9 |
| | SS | 7 | 8,1 | 8,1 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y2 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 7 | 8,1 | 8,1 | 8,1 |
| | S | 63 | 73,3 | 73,3 | 81,4 |
| | SS | 16 | 18,6 | 18,6 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| Y3 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 82 | 95,3 | 95,3 | 95,3 |
| | SS | 4 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y4 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 10 | 11,6 | 11,6 | 11,6 |
| | S | 60 | 69,8 | 69,8 | 81,4 |
| | SS | 16 | 18,6 | 18,6 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y5 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 2 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| | KS | 41 | 47,7 | 47,7 | 50,0 |
| | S | 39 | 45,3 | 45,3 | 95,3 |
| | SS | 4 | 4,7 | 4,7 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| Y6 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | KS | 41 | 47,7 | 47,7 | 48,8 |
| | S | 35 | 40,7 | 40,7 | 89,5 |
| | SS | 9 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y7 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 4 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | S | 40 | 46,5 | 46,5 | 51,2 |
| | SS | 42 | 48,8 | 48,8 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y8 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | KS | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | S | 64 | 74,4 | 74,4 | 75,6 |
| | SS | 21 | 24,4 | 24,4 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

| Y9 | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 65 | 75,6 | 75,6 | 75,6 |
| | SS | 21 | 24,4 | 24,4 | 100,0 |
| | Total | 86 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X4 | Pearson Correlation | 0,080 | 0,131 | 0,150 | 1 | 0,140 | -0,035 | 0,116 | 0,193 | -0,030 | 0,151 | ,425** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,464 | 0,229 | 0,169 | | 0,198 | 0,750 | 0,287 | 0,076 | 0,782 | 0,166 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X5 | Pearson Correlation | 0,079 | 0,155 | -0,014 | 0,140 | 1 | ,401** | ,499** | ,306** | ,337** | ,267* | ,628** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,472 | 0,155 | 0,901 | 0,198 | | 0,000 | 0,000 | 0,004 | 0,002 | 0,013 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X6 | Pearson Correlation | -0,096 | 0,133 | 0,149 | -0,035 | ,401** | 1 | ,311** | ,274* | ,605** | ,254* | ,565** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,378 | 0,222 | 0,172 | 0,750 | 0,000 | | 0,004 | 0,011 | 0,000 | 0,018 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X7 | Pearson Correlation | -0,091 | 0,204 | 0,012 | 0,116 | ,499** | ,311** | 1 | ,266* | 0,075 | ,423** | ,546** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,407 | 0,059 | 0,914 | 0,287 | 0,000 | 0,004 | | 0,013 | 0,490 | 0,000 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X8 | Pearson Correlation | 0,092 | -0,040 | 0,076 | 0,193 | ,306** | ,274* | ,266* | 1 | ,345** | ,257* | ,509** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,398 | 0,716 | 0,485 | 0,076 | 0,004 | 0,011 | 0,013 | | 0,001 | 0,017 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| X9 | Pearson Correlation | 0,020 | -0,053 | 0,129 | -0,030 | ,337** | ,605** | 0,075 | ,345** | 1 | 0,066 | ,458** |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y3 | Pearson Correlation | ,742** | ,281** | 1 | ,377** | -0,008 | 0,047 | -0,073 | -0,114 | -0,126 | 0,035 | ,253* |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,009 | | 0,000 | 0,940 | 0,669 | 0,506 | 0,294 | 0,249 | 0,747 | 0,019 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y4 | Pearson Correlation | ,352** | ,900** | ,377** | 1 | -0,005 | 0,074 | ,305** | ,219* | ,225* | 0,118 | ,636** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,001 | 0,000 | 0,000 | | 0,965 | 0,500 | 0,004 | 0,043 | 0,037 | 0,280 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y5 | Pearson Correlation | -0,045 | 0,048 | -0,008 | -0,005 | 1 | ,917** | 0,004 | 0,022 | 0,044 | 0,091 | ,513** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,679 | 0,664 | 0,940 | 0,965 | | 0,000 | 0,973 | 0,839 | 0,688 | 0,404 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y6 | Pearson Correlation | 0,109 | 0,119 | 0,047 | 0,074 | ,917** | 1 | 0,088 | -0,004 | 0,012 | 0,048 | ,566** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,316 | 0,275 | 0,669 | 0,500 | 0,000 | | 0,421 | 0,974 | 0,913 | 0,664 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y7 | Pearson Correlation | -0,080 | ,316** | -0,073 | ,305** | 0,004 | 0,088 | 1 | ,229* | ,219* | 0,066 | ,447** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,465 | 0,003 | 0,506 | 0,004 | 0,973 | 0,421 | | 0,034 | 0,043 | 0,545 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y8 | Pearson Correlation | -0,059 | 0,200 | -0,114 | ,219* | 0,022 | -0,004 | ,229* | 1 | ,971** | ,698** | ,602** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,465 | 0,003 | 0,506 | 0,004 | 0,973 | 0,421 | 0,034 | 0,043 | 0,545 | 0,000 | 0,000 |

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | 0,587 | 0,065 | 0,294 | 0,043 | 0,839 | 0,974 | 0,034 | | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y9 | Pearson Correlation | -0,070 | 0,203 | -0,126 | ,225* | 0,044 | 0,012 | ,219* | ,971** | 1 | ,672** | ,603** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,521 | 0,061 | 0,249 | 0,037 | 0,688 | 0,913 | 0,043 | 0,000 | | 0,000 | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Y10 | Pearson Correlation | 0,067 | 0,148 | 0,035 | 0,118 | 0,091 | 0,048 | 0,066 | ,698** | ,672** | 1 | ,552** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,540 | 0,173 | 0,747 | 0,280 | 0,404 | 0,664 | 0,545 | 0,000 | 0,000 | | 0,000 |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| Jumlah | Pearson Correlation | ,300** | ,654** | ,253* | ,636** | ,513** | ,566** | ,447** | ,602** | ,603** | ,552** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,005 | 0,000 | 0,019 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | |
| | N | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 | 86 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | | | | | | | | |
| *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). | | | | | | | | | | | | |

University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,698 | 11 |

4. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (Y)

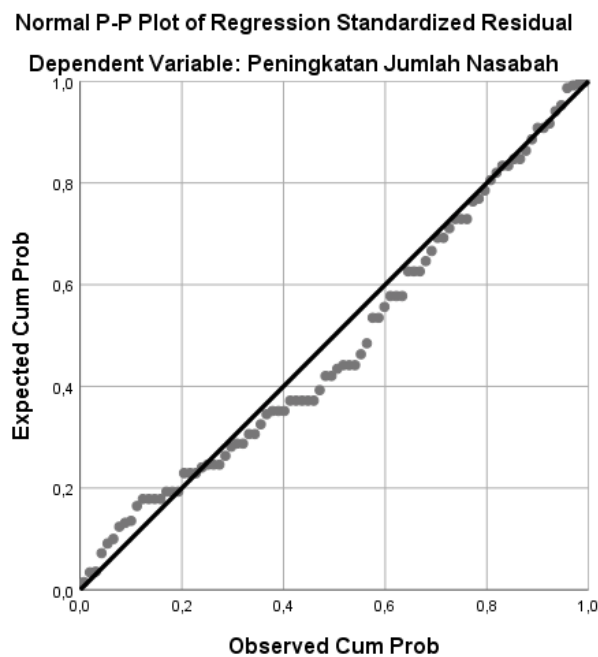
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

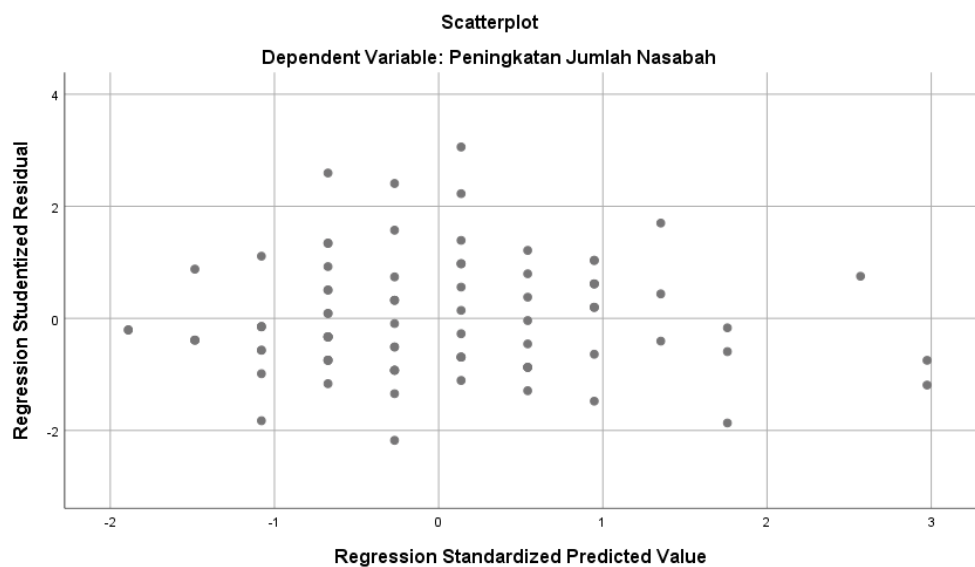
| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,722 | 11 |

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



b. Uji Heteroskedastisitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Uji Autokolerasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,408 ^a | 0,166 | 0,156 | 2,415 | 1,391 |
| a. Predictors: (Constant), Promosi | | | | | |
| b. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah | | | | | |

6. Analisa Data Penelitian

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 22,401 | 4,431 | | 5,055 | 0,000 |
| | Promosi | 0,435 | 0,106 | 0,408 | 4,094 | 0,000 |
| a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah | | | | | | |

b. Uji Parsial t

| Coefficients ^a | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|---|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | B | Std. Error | Beta | | |
|---|------------|--------|------------|-------|-------|-------|
| 1 | (Constant) | 22,401 | 4,431 | | 5,055 | 0,000 |
| | Promosi | 0,435 | 0,106 | 0,408 | 4,094 | 0,000 |
| a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Nasabah | | | | | | |

c. Koefisien Determinan (R²)

| Model Summary | | | | |
|------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,408 ^a | 0,166 | 0,156 | 2,415 |
| a. Predictors: (Constant), Promosi | | | | |

Lampiran III: Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi (X)

| No | Promosi (X) | | | | | | | | | | Jumlah |
|----|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|--------|
| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | |
| 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 6 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 8 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 11 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 13 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 16 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 17 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 42 |
| 18 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 19 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 22 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 25 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 26 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 27 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 30 | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 32 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 33 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 35 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 38 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 49 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 41 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 43 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 45 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 47 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 49 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 51 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 52 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 54 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 55 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 57 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 58 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 59 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 64 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 48 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 69 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 71 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 72 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 73 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 76 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 77 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 78 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 79 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 80 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 82 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 83 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 85 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran IV : Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Peningkatan

Jumlah Nasabah (Y)

| Peningkatan Jumlah Nasabah (Y) | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|--------|
| No | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 | Jumlah |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 6 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 42 |
| 9 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 29 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 42 |
| 31 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 41 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 41 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 73 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 80 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran V : Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Pengelola PT.

Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

1. Apakah produk tabungan emas merupakan salah satu produk yang diminati di PT.Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru?
2. Apa saja syarat-syarat yang dibutuhkan dalam membuka tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru?
3. Bagaimana mekanisme menabung pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru?
4. Apakah ada alternatif yang memudahkan nasabah menabung secara online?
5. Apakah selalu ada nasabah yang membuka tabungan emas tiap bulannya?
6. Apakah pegadaian cikpuan melakukan promosi pada produk tabungan emas?
7. Apa saja upaya yang dilakukan dalam promosi pada produk tabungan emas?
8. Bagaimana upaya UPS Cikpuan dalam melakukan promosi secara periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat?
9. Apakah terdapat kendala-kendala dalam melakukan promosi secara periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat pada produk tabungan emas?
10. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi produk tabungan emas tersebut?

Lampiran VI : Dokumentasi Wawancara Penulis Dengan Pengelola PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru**, yang ditulis oleh:

Nama : Nia Aprilia

NIM : 11725202956

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Agustus 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

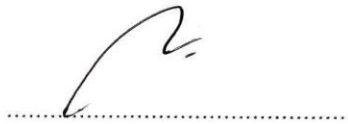
Ketua

Dra. Nurlaili, M.Si



Sekretaris

Desi Devrika Devra S.Hi., M.Si



Penguji I

Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec



Penguji II

Dr. Budi Azwar, SE., M.Ec



Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum



Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3416/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 12 April 2021

Kepada
Yth. Pimpinan PT. Pegadaian Persero Kanwil II Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NIA APRILIA
NIM : 11725202956
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

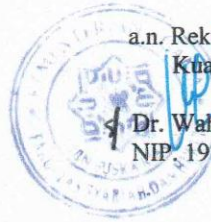
bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Kruasa Dekan

Dr. Wahidin M. Ag
NIP. 19710108 199703 1 003



Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmpstsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/40774
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3416/2021 Tanggal 12 April 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

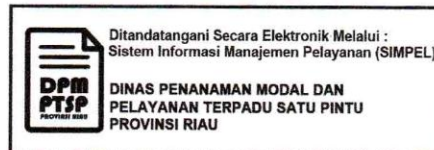
- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | NIA APRILIA |
| 2. NIM / KTP | : | 11725202956 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DDI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 16 April 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Pegadaian Cabang Syaria'ah Unit Cikpuan di Tempat
3. Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : NIA APRILIA
NIM : 11725202956
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT CIKPUAN PEKANBARU

Pembimbing: Nuryanti, S.EI, ME.Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 06 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.
NIP. 19880430 201903 1 010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - 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 Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama Nia Aprilia, dilahirkan di Pematangsiantar, 13 April 2000. Ayahanda bernama Efendi Saputra dan Ibunda bernama Suheni. Penulis anak pertama dari empat bersaudara. Jenjang pendidikan dimulai dari PAUD Kelurahan Kahean dari tahun 2004-2005, kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 122383 Pematangsiantar dari tahun 2005-2011, melanjutkan pendidikan di MTsN Pematangsiantar dari tahun 2011-2014, kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 5 Pematangsiantar dari tahun 2014-2017. Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syariah dan Hukum.

Berkat Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul : “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru”. Di bawah bimbingan Ibu Nuryanti, S.El., ME.Sy. Pada tanggal 26 Juli 2021 penulis mempertanggung jawabkan Skripsi pada Sidang Munaqasyah dan dinyatakan Lulus, sehingga dapat menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).