

## ABSTRAK

**Anisa Sri Wahyuni (1199220017) : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung.**

Perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Bank Islam berfungsi sebagai perantara untuk menghimpun dan menyalurkan dana sesuai prinsip-prinsip Islam. Dalam era persaingan industri perbankan yang semakin ketat, bank perlu memperhatikan kebutuhan dan perilaku nasabah agar tetap menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perlunya mengetahui tentang adanya pengaruh promosi dan kualitas pelayanan pada Bank BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pada BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung. 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung. 3) pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori minat yang dalam penelitian ini adalah kecenderungan nasabah untuk menyimpan dananya dengan menggunakan tabungan iB *Maslahah*. Minat nasabah untuk menabung di BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung dipengaruhi beberapa faktor, di antaranya adalah promosi dan kualitas pelayanan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung. Sampel yang digunakan sebanyak 77 responden dengan teknik rumus slovin. Metode pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner menggunakan google form yang disebar kepada nasabah aktif iB *maslahah* di BJB Syariah Kantor Kas UIN Bandung dan hasil jawaban responden diolah dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa: 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,594 atau 59,4% dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,723 > t$  tabel 1,99254. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,657 atau 65,7%. dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,723 > t$  tabel 1,99254. 3) Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,718 atau 71,8% dan hasil uji f dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan f hitung  $> f$  tabel 1,960.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung**



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG