



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK SIMPANAN IDUL FITRI

(Studi Kasus Di BMT Al-Falah Sumber)

SKRIPSI

**Di Ajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S,Sy)
Fakultas Syariah Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI)**



Disusun Oleh:

AHMAD SALIM

NIM. 58320167

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013 M/1434 H**



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Ahmad Salim : **PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK SIMPANAN IDUL FITRI** (Studi Kasus di BMT Al-Falah Sumber)

Penggunaan produk keuangan tidak mungkin dihindari pada saat ini, baik produk keuangan yang berasal dari lembaga keuangan bank ataupun non-bank. Sebagai lembaga keuangan syariah non bank yang memiliki tugas menarik dan mengelola dana masyarakat serta dapat berfungsi menjadi lembaga sosial, BMT menempatkan dirinya dalam posisi yang sangat strategis. Posisi BMT yang strategis tersebut tidak hanya memiliki kewenangan dalam penarikan dan pengelolaan dana masyarakat, tetapi juga dapat berperan dalam upaya membantu pedagang kecil dan menengah dalam pengentasan kemiskinan melalui program kemitraan usaha.

BMT hendaknya mampu menjamin pengembangan usaha usaha kecil dan menengah menjadi lebih baik. Tatkala masyarakat dihadapkan kepada kesulitan memenuhi kebutuhan-kebutuhan ekonomi dan disertai dengan tingginya kebutuhan lapangan kerja, maka BMT dianggap memiliki kompetensi dalam membangkitkan kembali minat wirausaha masyarakat.

Adapun produk yang ditawarkan BMT Al-Falah bervariasi salah satunya produk simpanan idul fitri namun masih disayangkan bahwa di BMT Al-Falah ini minat akan menyimpan uangnya di Produk simpanan idul fitri masih sedikit. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra perusahaan dan promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan idul fitri di BMT Al-Falah Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan angket dan Pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dengan jumlah responden 31 nasabah. Data primer yang dikaji dengan menggunakan hipotesis dengan tahap uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji regresi, dan teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier Berganda*.

Dari hasil uji hipotesis diketahui besarnya pengaruh citra perusahaan dan promosi terhadap minat nasabah secara simultan sebesar 26,726. Sedangkan secara parsial besarnya pengaruh citra perusahaan terhadap minat nasabah sebesar 4,322. dan pengaruh promosi terhadap minat nasabah sebesar 3,118. Hasil ini menginformasikan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Begitu pula citra perusahaan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Promosi, Minat



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK SIMPANAN IDUL FITRI (Studi Kasus Di BMT Al-Falah Sumber), oleh Ahmad Salim, NIM. 58320167, telah diujikan dalam sidang munaqasah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada hari kamis, tanggal 14 Februari 2013.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata 1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 14 Februari 2013

Sidang Munaqasah

Ketua

Merangkap Anggota,

Sri Rokhlinasari, SE. M. Si

NIP: 19730806 199903 2 003

Sekretaris

Merangkap Anggota,

Dr. Aan Jaefani, M.Ag

NIP: 19750601 200501 1 008

Anggota

Penguji I

Drs. HM. Endang Djunaeni, MM

NIP: 19530616 1983 03 1 007

Penguji II

Ridwan Widagdo, SE., M.Si

NIP. 1973 0304 200710 1 002



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur selalu penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Zat Yang Maha Agung, yang menguasai alam beserta isinya, yang telah memberikan hidayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Simpanan Idul Fitri (Studi Kasus Di Bmt Al-Falah Sumber)” dapat terselesaikan.

Sholawat dan salam semoga tetap selalu tercurahkan kepada Nabi SAW pembawa petunjuk kebenaran bagi seluruh manusia, serta Sang Pembawa Risalah Ekonomi Islam yakni Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat dan umatnya yang senantiasa berada di jalan-Nya...amiin

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak dan Ibu, atas keridhoan, keikhlasan serta do'a yang terpanjatkan kehadirat Allah SWT.
2. Bapak Prof. Dr. H. Maksum Mukhtar, MA, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
3. Bapak Dr. Achmad Kholik, MA., selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

4. Ibu Sri Rokhlinasari, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (Mepi) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
5. Bapak Dr. H. Ujang Syafruddin, MAg, dan Bapak Eef Saefullah, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran membimbing dengan penuh keikhlasan dan memberi arahan serta masukan yang amat berguna hingga terselesaikan skripsi ini.
6. Para dosen Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagi ilmu pengetahuan serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama studi di universitas ini, beserta seluruh staf Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
7. Ir. Hj. Ida Widiahastuti selaku Manajer Utama BMT Al-Falah Kabupaten Cirebon, yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian ini.
8. Bapak M. Imron Rosidi selaku Kepala HRD yang telah banyak memberikan masukan dan bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan juga kepada seluruh karyawan BMT Al-Falah Kabupaten Cirebon yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
9. Keluarga besarku, bapak Maun, Ibu solikah, dan adik-adikku, Oni, Iyah, sobriyah Acung Fariz, dan teman-teman terdekatku Egli, Galih, Candra dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas motivasi dan doanya.



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

10. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam (Mepi) angkatan 2008 yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan dan sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu-satu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis hanya dapat berucap terima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdo'a atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah terjadi, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, bagi seluruh pembaca proposal skripsi ini, masukan, kritik, dan saran sangat penulis harapkan demi peningkatan kualitas penulisan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya, baik perbankan syariah, masyarakat, mahasiswa, maupun pemerintah.

Akhirnya, dari penulis jika ada kurang dan lebihnya baik kesalahan penulisan atau hal-hal yang lain penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Cirebon, 12 Februari 2013

Penulis



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| ABSTRAK | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| NOTA DINAS..... | iv |
| OTENTITAS SKRIPSI | v |
| RIWAYAT HIDUP | vi |
| PERSEMBAHAN..... | vii |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH..... | viii |
| KATA MUTIARA..... | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| PEDOMAN TRANSLITERASI..... | xiii |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| E. Sistematika Penulisan | 9 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| A. Landasan Teori | 11 |
| 1. Minat Nasabah..... | 11 |
| 1.1 Pengertian Minat..... | 11 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

| | |
|---|----|
| 1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat..... | 12 |
| 1.3 Perilaku Minat..... | 12 |
| 2. Nasabah..... | 15 |
| 2.1 Sifat-Sifat Nasabah..... | 16 |
| 3. Citra Perusahaan | 18 |
| 3.1 Pengertian Citra Perusahaan | 18 |
| 3.2 Jenis-jenis Citra..... | 19 |
| 3.3 Dimensi Pembentukan Citra Perusahaan | 21 |
| 4. Promosi..... | 25 |
| 4.1 Pengertian Promosi | 25 |
| 4.2 Tujuan Promosi..... | 27 |
| 4.3 Bentuk-bentuk Promosi | 29 |
| 5. Produk Simpanan Idul Fitri | 34 |
| 5.1 Pengertian Produk..... | 34 |
| 5.2 Pengertian Simpanan Idul Fitri | 35 |
| 5.3 Syarat Dan Ketentuan Simpanan Idul Fitri..... | 35 |
| 5.4 Landasan Hukum Simpanan Idul Fitri..... | 36 |
| 6. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Terhadap Minat | |
| Nasabah | 39 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 42 |
| C. Kerangka Berfikir | 44 |
| D. Hipotesis | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 47 |
| B. Objek Penelitian | 47 |
| C. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 48 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 49 |
| E. Data Penelitian..... | 50 |
| 1. Jenis Data..... | 50 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

| | |
|------------------------------------|----|
| 2. Sumber Data | 51 |
| F. Populasi Dan Sampel | 52 |
| 1. Populasi | 52 |
| 2. Sampel | 52 |
| G. Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 1. Observasi | 54 |
| 2. Wawancara | 54 |
| 3. Angket | 55 |
| H. Instrumen Penelitian..... | 55 |
| I. Uji Instrumen | 57 |
| 1. Uji Validitas..... | 57 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 59 |
| J. Uji Asumsi Regresi..... | 60 |
| 1. Uji Normalitas | 60 |
| 2. Uji Multikolinearitas | 62 |
| K. Analisis Regresi Berganda | 63 |
| L. Koefisien Determinasi | 64 |
| M. Uji F | 64 |
| N. Uji T | 66 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

| | |
|--|----|
| A. Karakteristik Responden | 69 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 69 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 70 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 71 |
| 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan..... | 72 |
| B. Gambaran Distribusi Variabel..... | 72 |
| 1. Gambaran Variabel Citra Perusahaan..... | 72 |
| 2. Gambaran Variabel Promosi..... | 75 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkankan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

| | |
|---|----|
| 3. Gambaran Variabel Minat..... | 79 |
| C. Analisis Persamaan Regresi Berganda..... | 82 |
| D. Koefisien Determinasi..... | 85 |
| E. Uji Hipotesis..... | 86 |
| 1. Uji Simultan Dengan F-test..... | 86 |
| 2. Uji Parsial Dengan t-test..... | 88 |
| F. Analisis Ekonomi..... | 90 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 93 |
| B. Saran..... | 94 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel Penelitian | 49 |
| Tabel 3.2 | Sumber Data..... | 52 |
| Tabel 3.3 | Skala Likert..... | 56 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 69 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 70 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 71 |
| Tabel 4.4 | Distribusi Variabel Citra Perusahaan | 73 |
| Tabel 4.5 | Distribusi Variabel Promosi..... | 75 |
| Tabel 4.6 | Distribusi Variabel Minat..... | 79 |
| Tabel 4.7 | Coefficients | 83 |
| Tabel 4.8 | Model Summary..... | 85 |
| Tabel 4.9 | Anova | 86 |
| Tabel 4.10 | Coefficients | 88 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Proses Minat dari Seorang Konsumen Sebagai Proses Evaluasi Terhadap Merek atau Jasa..... | 13 |
| Gambar 1.2 | Gambar Proses Terbentuknya Citra | 21 |
| Gambar 1.3 | Marketing Dan Promosion Mix | 33 |
| Gambar 1.4 | Kerangka Pemikiran..... | 45 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-------------|
| 1. Gambaran umum BMT Al-Falah Sumber..... | Lampiran 1 |
| 2. Kuesioner Penelitian..... | Lampiran 2 |
| 3. Data Hasil Kuesioner Variabel Citra Perusahaan (X_1)..... | Lampiran 3 |
| 4. Data Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X_2)..... | Lampiran 4 |
| 5. Data Hasil Kuesioner Variabel Minat (Y)..... | Lampiran 5 |
| 6. Data Hasil Transformasi X_1 | Lampiran 6 |
| 7. Data Hasil Transformasi X_2 | Lampiran 7 |
| 8. Data Hasil Transformasi Y..... | Lampiran 8 |
| 9. Hasil Uji Validitas..... | Lampiran 9 |
| 10. Hasil Uji Reliabilitas..... | Lampiran 10 |
| 11. Hasil Uji Normalitas..... | Lampiran 11 |
| 12. Hasil Uji Multikolinearitas..... | Lampiran 12 |
| 13. Hasil Uji Regresi..... | Lampiran 13 |
| 14. Tabel r Product Moment..... | Lampiran 14 |
| 15. Tabel Distribusi t..... | Lampiran 15 |
| 16. Tabel Distribusi F..... | Lampiran 16 |
| 17. Tabel Z..... | Lampiran 17 |



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.¹

Seiring dengan pesatnya dunia usaha, maka peranan lembaga keuangan juga semakin meningkat. Melalui peran lembaga keuangan, maka interaksi antarpelaku ekonomi, seperti sektor rumah tangga dan perusahaan akan semakin intens. Sektor rumah tangga membutuhkan lembaga keuangan untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk ditabung di lembaga keuangan tersebut. Sedangkan sektor perusahaan membutuhkan lembaga keuangan untuk mendapatkan dana guna membiayai investasinya. Selain melakukan fungsi menghimpun dana dari sektor rumah tangga dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dana tersebut kepada sektor perusahaan dalam bentuk pinjaman, masih banyak fungsi lain yang dapat dilakukan

¹ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Kencana Prenada: Jakarta 2010, hlm 28

oleh lembaga keuangan. Di antara fungsi-fungsi tersebut antara lain: melancarkan pertukaran produk, memberikan analisis dan informasi keuangan, memberikan jaminan, menciptakan dan memberikan likuiditas.

Sebagai lembaga keuangan syariah non bank yang memiliki tugas menarik dan mengelola dana masyarakat serta dapat berfungsi menjadi lembaga sosial, BMT menempatkan dirinya dalam posisi yang sangat strategis. Posisi BMT yang strategis tersebut tidak hanya memiliki kewenangan dalam penarikan dan pengelolaan dana masyarakat, tetapi juga dapat berperan dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui program kemitraan usaha.

Dilihat dari sisi visi dan orientasi yang dimiliki oleh BMT tersebut, tampak lembaga BMT memikul suatu tugas dan tanggung jawab yang sangat besar. BMT hendaknya mampu menjamin pengembangan usaha usaha kecil dan menengah menjadi lebih baik. Tatkala masyarakat dihadapkan kepada kesulitan memenuhi kebutuhan-kebutuhan ekonomi dan disertai dengan tingginya kebutuhan lapangan kerja, maka BMT dianggap memiliki kompetensi dalam membangkitkan kembali minat wirausaha masyarakat.

Demikian halnya ketika BMT membutuhkan partisipasi masyarakat untuk kurun waktu tertentu, BMT hendaknya berperan pula memberdayakan sektor usaha kecil dan menengah memiliki mitra usaha yang baik dan capable. Minat dan motivasi



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dikalangan pengusaha kecil dan menengah sangat memerlukan bantuan dan dukungan lembaga keuangan sejenis BMT.²

Latar belakang berdirinya BMT bersamaan dengan usaha pendirian Bank Syariah di Indonesia, yakni tepatnya pada tahun 1990-an. BMT semakin berkembang tatkala pemerintahan mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan bagi hasil.³ Berdirinya lembaga keuangan syari'ah sejenis *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) di Indonesia merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat muslim. Kehadiran BMT muncul di saat umat Islam mengharapkan adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syari'ah dan bebas dari unsur *riba* yang diasumsikan haram.⁴

Baitul maal wa tamwil (BMT) merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan lembaga *bait al-mal wa al-tamwil*, yakni merupakan lembaga usaha masyarakat yang mengembangkan aspek-aspek produksi dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi dalam skala kecil dan menengah. Dalam diskursus ekonomi Islam, BMT dapat pula dikategorikan dengan *koperasi syariah* yakni lembaga ekonomi yang berfungsi untuk menarik, mengelola dan menyalurkan dana dari, oleh dan untuk masyarakat. Jika demikian, berarti BMT dapat disebut

² Engkos Sadrah, *Bmt Bank Islam*, Pustaka Quraisy: Bandung, 2004. hlm. 34

³ *Ibid.* hal. 28

⁴ *Ibid.* hal. 47

sebagai lembaga swadaya ekonomi umat yang dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat.

Selain merupakan lembaga pengelola dana masyarakat yang memberikan pelayanan tabungan, pinjaman kredit dan pembiayaan, BMT juga dapat berfungsi mengelola dana sosial umat diantaranya menerima titipan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf. Semua produk pelayanan jasa BMT dilakukan menurut ketentuan syari'ah yakni prinsip bagi hasil (*profit and loss-sharing*).⁵

Untuk itu penggunaan produk keuangan tidak mungkin dihindari pada saat ini, baik produk keuangan yang berasal dari lembaga keuangan bank ataupun non-bank. Keduanya menawarkan manfaat-manfaat yang menjanjikan. Selain terciptanya kemudahan dalam melakukan transaksi dan memberikan fungsi proteksi, lembaga keuangan juga merupakan sarana investasi yang tepat serta mampu bersifat fleksibel dalam menghadapi tuntutan masyarakat. Dikatakan bersifat fleksibel karena lembaga keuangan kini mencoba memasukkan nilai-nilai kerohanian dalam sistemnya, yaitu nilai-nilai yang dibutuhkan masyarakat dalam menyelaraskan kehidupan dunia dan akhirat mereka.⁶

Salah satu produk lembaga keuangan non bank dalam hal ini BMT Al-Falah yaitu tabungan atau simpanan idul fitri. Pada dasarnya simpanan idul fitri ini merupakan simpanan atau tabungan untuk menghadapi kebutuhan atau persiapan

⁵ *Ibid.* hal. 29

⁶ www. Jurnalskripsi.com. di akses pada tanggal 25-02-2012 pukul 14:05 wib



ketika hari raya idul fitri datang, yang kita ketahui jika hari raya itu datang maka segala kebutuhan masyarakat akan mengalami peningkatan. Untuk itu tidak ada salahnya bagi masyarakat yang ingin menyimpan uangnya terutama di simpanan idul fitri karena produk ini sesungguhnya sangat berguna bagi masyarakat ketika dihadapkan kebutuhan yang meningkat pada saat hari raya tiba. Untuk dapat menarik keinginan masyarakat dalam menyimpan uangnya di produk simpanan idul fitri, maka BMT perlu memperkirakan strategi mengenai citra dan promosinya dalam memenuhi keinginan nasabah atau calon nasabahnya, sehingga mereka berminat untuk menyimpan uangnya melalui produk simpanan idul fitri.

Citra perusahaan, dalam literatur pemasaran jasa diidentifikasi sebagai faktor yang penting dalam evaluasi keseluruhan jasa perusahaan. Citra sebagai fungsi akumulasi pengalaman pembelian sepanjang waktu. Kebanyakan organisasi juga menyediakan informasi melalui advertising, *direct marketing* atau *public relation* untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Citra perusahaan dapat menjadi informasi ekstrinsik bagi pembeli yang ada atau calon pembeli dan mungkin mempengaruhi kesetiaan pelanggan, termasuk keinginannya meningkatkan citra positif dari mulut ke mulut. Ketika atribut-atribut pelayanan sulit dinilai, maka citra perusahaan dianggap memiliki pengaruh pada pilihan pelanggan.⁷

⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Ghalia Indonesia: Bogor, 2010. Hlm 102



Sedangkan Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Tugas perusahaan dalam promosi adalah memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat yang tepat dan harga yang tepat pula. Strategi promosi dengan menggabungkan periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas menjadi program terpadu untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan orang lain yang mempengaruhi minat.⁸

Minat (*intention*) merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek. minat terkait dengan sikap dan perilaku, minat dianggap sebagai suatu “penangkap” atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku. Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.⁹

Masalah tentang penelitian ini mengacu pada minat nasabah. minat yang cenderung kurang bisa dikarenakan masalah pada pencitraan yang kurang baik dari

⁸ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta, 1990. hlm. 95

⁹ Chrisdiawan Satriyo Nugroho, *Analisis pengaruh pencitraan, Promosi, dan kualitas pelayanan Terhadap minat kuliah di diploma iii Fakultas ekonomi universitas*, Skripsi UNDIP: Semarang, 2010. hlm. 15



perusahaan itu sendiri, atau promosi yang dilakukan perusahaan sangatlah kurang sehingga informasi tentang jasa yang ditawarkan tidak sampai ke nasabah sehingga nasabah enggan menggunakan jasa tersebut. Jadi bukan mustahil jika citra perusahaan dan promosi dilakukan dengan baik maka minat masyarakatpun akan baik dan mau untuk menggunakan jasa dari BMT khususnya mengenai simpanan Idul Fitri.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Simpanan Idul Fitri (Studi Kasus Di Bmt Al-Falah Sumber)”**.

B. PERUMUSAN MASALAH

Dalam perumusan masalah ini terdapat beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber?
3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber?



C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui tentang:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Al-Falah Sumber.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan antara lain:

1. Bagi peneliti
Manfaat dari penelitian ini bagi peneliti adalah memperoleh pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh citra perusahaan dan promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan idul fitri di BMT Al-Falah Sumber khususnya.
2. Bagi BMT
Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan input yang baik untuk BMT khususnya mengenai pengaruh citra perusahaan dan promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri.



3. Akademis/masyarakat

Diharapkan dari Penelitian ini mampu memberikan sumbangsih terhadap khasanah keilmuan, tentunya mengenai masalah pengaruh citra perusahaan dan promosi terhadap minat nasabah pada produk simpanan Idul Fitri ini.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran secara sederhana agar memudahkan penulisan skripsi maka disusun sistematika penulisan yang terdiri dari 5 Bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I: memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: memuat landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis

BAB III: memuat waktu dan tempat penelitian, objek penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, definisi operasional variabel, data penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji instrumen, uji asumsi regresi, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F, uji T .



BAB IV: hasil penelitian dan analisa data, karakteristik responden, gambaran distribusi variabel, analisis persamaan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis, analisis ekonomi,

BAB VI: penutup, yaitu memuat tentang kesimpulan dan saran.



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkankan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Ardianto Elvinaro, 2004. *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy
- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Azwar Sarifuddin, 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ginting, Nembah F. Hartimbul, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya
- Hasan Ali, 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hurlock B Elizabeth, 1978. *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga
- Hurriyati Ratih, 2008. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Ilmi Makhalul, 2002. *Teori Dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press
- Kasmir, 2005. *pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- McCarthy E. Jeromi. Wiliam D. Perreault, JR. 1993. *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ngurah, Agung, I Gusti, 2003. *Statistika Penerapan Metode Analisi Untuk Tabulasi Sempurna dan Tak Sempurna*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Prayitno Duwi, 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Mediakom
- Rahman Abdul Saleh & Muhib Abdul Wahab, 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana
- Rianto M. Nur Al Arif, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Ridwan & Sunarto, 2007. *Pengantar Statistic*, Bandung: Alfabeta
- Ridwan Dan Sunarto. 2009. *Pengantar Statistika*, Bnadung : Alfabeta
- Ruslan. 1998. *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo
- Sadi, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang*, Tesis UNDIP, Semarang
- Sadrah Engkos, 2004. *Bmt Bank Islam*, Bandung: Pustaka Quraisy
- Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sarwono, Jonathan, 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Satriyo Chrisdiawan Nugroho, 2010. *Analisis Pengaruh Pencitraan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah di Diploma iii Fakultas Ekonomi Universitas*, skripsi UNDIP, Semarang
- Soemitra Andri, 2010. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni V Wiratna 2007. *Panduan Mudah Menggunakan SPSS*,
- Sunyoto Danang, 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: Media Presindo



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 dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Swastha Basu, 2000. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

DAFTAR WEB

Website: www.bmtalfalah.com

www.depdiknas.go.id/jurnal/45/sutjipto/htm.

[www. Jurnalskripsi.com](http://www.Jurnalskripsi.com). di unduh pada tanggal 25-02-2012 pada pukul 14:05

http://id.wikipedia.org/wiki/Citra_%28_Hubungan_Masyarakat%29 di akses pada tanggal 14-september-2012 pukul 19:00

Mulyana Iman Dwi Suwandi, *Seri Manajemen Pemasaran*, www.e-Iman.Uni.Cc. diakses pada tanggal 14 september 2012 pukul 19.10 WIB.

Marinki, *Usia Produktif*, Marinki.blogdetik.com/2008/12/02/usia-produktif/, diakses pada Tanggal 10 Oktober 2012 Pukul 20.00WIB