

ABSTRAK

Nabela Rahmah, 2021. Pengaruh Promosi, Bagi Hasil dan Pendapatan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Hj. Fithriana Syarqawie., M.H.I.

Kata Kunci: Promosi, Bagi hasil, Pendapatan, Keputusan Menabung

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya asumsi yang beranggapan bahwa keputusan menabung nasabah pada sebuah Bank ditentukan oleh beragam faktor diantaranya adalah promosi, bagi hasil dan pendapatan, termasuk pada Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari promosi, bagi hasil dan pendapatan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai sebanyak 7.675 orang. Sampel ditentukan sebanyak 99 orang melalui rumus Slovin dan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: *Pertama:* Secara parsial masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,335. Bagi hasil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,369. Pendapatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,227. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan menabung bagi hasil. *Kedua:* Secara simultan promosi, bagi hasil dan pendapatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung yaitu sebesar 0,586 (58,6%).