

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 menyebutkan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup manusia. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas bagi hasil. Secara perlahan, bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengingatkan sistem perbankan yang berlandaskan pada syariat Islam (Nofinawati, 2015, hal. 171).

Di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Kedua bank ini merupakan lembaga perbankan Indonesia yang kehadirannya sama-sama memberikan jasa perbankan untuk membantu masyarakat dengan prinsip-prinsip yang berbeda diantara keduanya (Yuliatin, 2005, hal. 2).

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang prinsip utamanya tidak berorientasi pada laba melainkan pada bagi hasil, serta berlandaskan prinsip dalam ajaran Islam (Antonio & Karmaen, 2017, hal. 33). Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembalinya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan

tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Jika usaha mendapatkan keuntungan, porsi bagi hasil adalah sesuai kesepakatan misalnya 60:40 yang berarti atas hasil usaha yang diperoleh akan didistribusikan sebesar 60% pada pemilik dana (*shahibul mall*) dan 40% bagi pengelola dana (*mudharib*). Namun jika terjadi kerugian maka porsi bagi hasil disesuaikan dengan kontribusi masing-masing pihak. Dapat disimpulkan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana (*shahibul mall*) dengan pengelola dana (*mudharib*) (Antonio & Karmaen, 2017, hal. 65).

Bank syariah merupakan salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh orang Islam untuk menyimpan dananya (Daulay, 2010, hal. 12). Dikatakan aman karena kegiatan usahanya dihasilkan dari bisnis yang halal. Bank syariah memiliki keunggulan dibandingkan bank konvensional. Salah satunya adalah kegiatan usahanya tidak didasarkan pada sistem bunga seperti halnya yang terdapat pada bank konvensional melainkan menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan agama Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Al-Hadist. Sistem bagi hasil sangat baik dalam pandangan Islam, karena sistem bagi hasil dianggap lebih adil daripada sistem bunga. Keadilan sistem bagi hasil terletak pada untung dan rugi dalam artian kalau untung dibagi bersama, maka kerugianpun dibagi bersama (Antonio & Karmaen, 2017, hal. 67).

Sistem berbasis bunga pada bank konvensional ternyata belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan nasabah sebagai konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari kebutuhan masyarakat yang beragama Islam, dimana dalam keyakinan

Islam tidak memperbolehkan adanya sistem riba. Memungut atau mendapatkan keuntungan berupa riba pinjaman adalah haram, ini dipertegas dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا  
 إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ  
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan :

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gil. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya kepada Allah orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni – penghuni neraka, mereka kekal didalamnya”.(QS. Al- Baqarah : 275)

Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank Muamalat ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini BMI sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota. Salah satunya adalah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Muamalat seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit kepemilikan rumah atau KPR bank Muamalat, hingga layanan perbankan secara online yang bisa diakses melalui telpon seluler (Nofinawati, 2015, hal. 173).

Saat ini Bank Muamalat dapat dikatakan sebagai sektor ekonomi yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat, pertumbuhan itu selain disebabkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya inovasi produk sebagai akibat dari tuntutan dan harapan masyarakat. Hal ini menjadi dasar bagi Bank Muamalat untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa, kegiatan pemasaran merupakan salah satu alat bagi pemasaran dalam mendorong keputusan menggunakan suatu produk. Proses pemasaran itu sendiri adalah upaya Bank Muamalat dalam mempengaruhi nasabah agar para nasabah itu menjadi tahu, senang lalu berminat dan menggunakan produk yang di tawarkan oleh Bank Muamalat (Wilardjo, 2005, hal. 1).

Keputusan nasabah dalam menabung, ditentukan oleh beragam faktor, sebagaimana pendapat Asnawi yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung terdiri dari, faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi (Asnawi, 2015, hal. 45). Taslim dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung (Taslim, 2018, hal. 81). Demikian pula Ortega dalam penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan media untuk promosi dapat mempengaruhi keputusan menabung masyarakat di Bank Syariah (Ortega & Alhifni, 2017, hal. 87). Afriani dan Asandimitra menyatakan “*Profit sharing has an effect to saving decision, as the higher level of profit sharing will raise society’s interest for saving in sharia bank*” (Afriani & Asandimitra, 2020, hal. 1-17), artinya bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung, tingkat bagi hasil yang lebih tinggi akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.

Wahyudin dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan menabung (Wahyudin, 2018).

Beberapa hasil penelitian terdahulu di atas mengindikasikan bahwa promosi, bagi hasil dan pendapatan turut menentukan keputusan menabung seseorang. Promosi secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat yang dapat dilakukan melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR). Promosi merupakan suatu fungsi atau proses untuk memberi informasi, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal bank, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya (Kasmir, 2018, hal. 175). Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti mengungkapkan bahwa saat ini pihak Bank Muamalat KCP Barabai dalam melakukan promosi mengikuti promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat kantor pusat, yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Dari seluruh metode promosi tersebut yang paling mudah dilihat itu adalah promosi melalui brosur yang diletakkan di ruang tunggu atau ruang pelayanan nasabah, selain itu pemasangan papan nama yang berisikan identitas Bank Muamalat KCP Barabai juga merupakan salah satu teknik yang digunakan sebagai media promosi.

Bagi hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang

akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Wujud bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan. Makin tinggi tingkat bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menabung di bank syariah (Zahro, 2019, hal. 28). Hasil wawancara peneliti dengan *Customer Service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai mengungkapkan bahwa pihak bank berkewajiban memberi tahu jumlah nisbah dari bagi hasil kepada nasabah pada saat awal perjanjian.

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu maupun hasil yang diterima atas upaya yang telah dilakukan sebagai balas jasa baik berupa uang maupun barang. Hasil wawancara dengan beberapa orang nasabah Bank Muamalat KCP Barabai mengungkapkan bahwa sebagian besar nasabah menabung saat pendapatan mereka tinggi, sedangkan sebagian lainnya mengungkapkan bahwa mereka rutin menabung di Bank Muamalat KCP Barabai, saat pendapatan mereka sedang tinggi, ataupun saat pendapatan mereka kurang bagus. Hal ini sesuai dengan pendapat Keynesian yang menyatakan bahwa pendapatan adalah motor penggerak tabungan (Maisur, Arfan, & Shabri, 2015, hal. 1). Pendapatan dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator: pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang dan penerimaan yang bukan pendapatan.

Dari latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh promosi, bagi hasil dan pendapatan terhadap keputusan

menabung dengan mengambil judul “Pengaruh Promosi, Bagi Hasil dan Pendapatan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dengan:

1. Apakah promosi, bagi hasil dan pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai?
2. Apakah promosi, bagi hasil dan pendapatan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi, bagi hasil dan pendapatan secara parsial terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi, bagi hasil dan pendapatan secara simultan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, bagi hasil dan pendapatan secara parsial terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

##### 2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai pengaruh promosi, bagi hasil dan pendapatan secara parsial terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai untuk dapat meningkatkan keputusan menabung masyarakat melalui promosi dan bagi hasil.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menabung masyarakat atau nasabah.

## E. Definisi Operasional

Guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian guna membantu dalam penulisan skripsi ini, perlu merasa memberikan definisi operasional sebagaimana berikut ini:

### 1. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi yang bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank (Laksana, 2017, hal. 133).. Promosi yaang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai untuk memperkenalkan berbagai jenis produk dan jasa yang dimiliki Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai kepada masyarakat, misalnya melalui brosur, selebaran atau penyebaran informasi melalui media sosial dan media massa yang diukur melalui indikator periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR).

### 2. Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih (Nurhayati, 2016, hal. 117). Bagi hasil yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagi hasil yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Barabai kepada nasabah. Adapun wujud

bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan.

### 3. Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu maupun hasil yang diterima atas upaya yang telah dilakukan sebagai balas jasa baik berupa uang maupun barang (Mulyanto, 2016, hal. 92-94). Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barai yang diukur melalui indikator: pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang dan penerimaan yang bukan pendapatan.

### 4. Keputusan Menabung

Keputusan menabung sama artinya dengan keputusan pembelian yaitu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler & Keller, 2017, hal. 221). Keputusan menabung dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

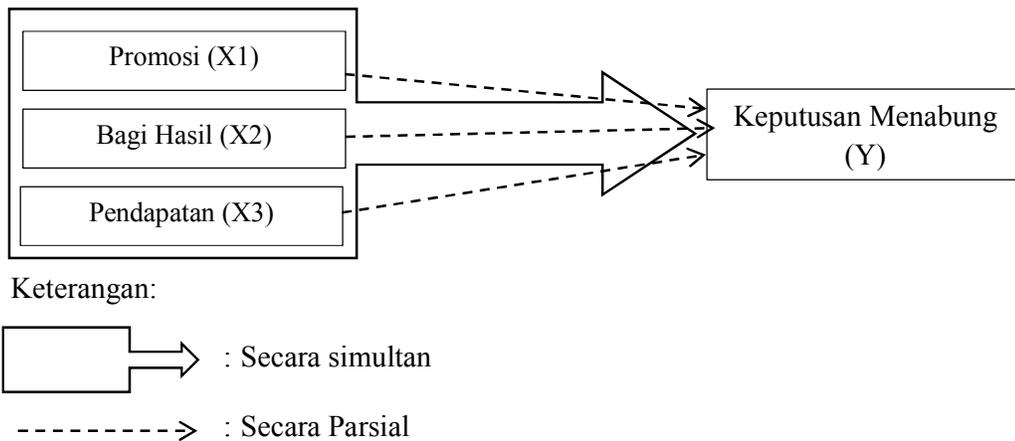
## **F. Kerangka Teori**

Keputusan menabung sama artinya dengan keputusan pembelian yaitu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk yang ditawarkan oleh sebuah Bank. Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi. Informasi yang diberikan bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank.

Bagi hasil merupakan sistem pembagian hasil antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam bagi hasil tersebut ada pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Wujud bagi hasil berupa nisbah serta dijelaskan ketentuannya seperti pembagian keuntungan, jaminan dari bagi hasil, dan besarnya nisbah keuntungan.

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu maupun hasil yang diterima atas upaya yang telah dilakukan sebagai balas jasa baik berupa uang maupun barang. Pendapatan dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator: pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang dan penerimaan yang bukan pendapatan.

Berdasarkan pada kerangka teori di atas, maka kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. 1  
Kerangka Pikir Penelitian

### G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Anas Wahyudin (2018) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Manabung Mahasiswa UNISNU Jepara”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah gaya hidup dan pedapatan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa secara parsial atau simultan. Hasil dari penelitian ini adalah Mahasiswa mendapatkan pendapatan dari beberapa sumber yakni dari uang saku, kerja sampingan dan juga beasiswa. Secara parsial gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung, karena semakin tinggi gaya hidup seseorang maka menabung tidak akan menjadi sebuah keperluan lagi bagi dirinya. Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung seseorang, karena semakin tinggi

pendapatannya maka semakin tinggi pula sisa pendapatan untuk ditabungkan (Wahyudin, 2018, hal. vi). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Wahyudin (2018) adalah terletak pada variabel terikat yang digunakan, karena penelitian Wahyudin menggunakan variabel gaya hidup sebagai salah satu variabel bebas. Perbedaan lain adalah terletak pada lokasi penelitian.

Taslim (2018) dalam Penelitian berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo”. Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank BNI Syariah kcp Wonomulyo. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. Hasil penelitian dengan Uji F yang telah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan Menabung Masyarakat. Adapun hasil Uji T menunjukkan Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Menabung Masyarakat (Taslim, 2018, hal. vi). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Taslim (2018) terletak pada salah satu variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan serta lokasi penelitian yang dilaksanakan di Bank BNI syariah KCP Wonomulyo.

Karima Halimah Asmar (2019) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil PT. Bank BRI Syariah KCP. Sudirman Lubuk Pakam terhadap keputusan

nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh fakta bahwa pelayanan menjadi variabel yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Dengan pelayanan yang baik dan sikap ramah para pegawainya, mampu membuat nasabah merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi di bank mereka. Lalu tingkat bagi hasil yang juga menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Berbeda dengan lokasi dan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif dalam penelitian ini. Lokasi yang kurang strategis menjadi sedikit cela untuk pemasukan sumbangsih dampak negatif dalam penelitian ini. Selain tidak berada ditengah kota tidak adanya sarana umum atau angkutan umum menjadi tolak ukur nasabah untuk sering melakukan transaksi di dalam bank. Sama halnya dengan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif untuk peningkatan minat nasabah karena banyak nasabah yang tidak pernah melihat adanya promosi dari pihak bank untuk mengenalkan produk mereka (Asmar, 2019, hal. iv). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Asmar (2019) adalah salah satu variabel bebas yang digunakan adalah Pelayanan yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, lokasi penelitian dan populasi penelitian juga berbeda.

Tia Afriani dan Nadia Asandimitra (2020) dalam jurnal berjudul "*Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank*". Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan, bagi hasil, pengetahuan pelanggan, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan

pelanggan memiliki pengaruh sedang sekitar 72.1% terhadap keputusan menabung. Tingkat literasi keuangan pelanggan yang lebih tinggi meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola keuangan dan tabungan. Sedangkan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung, karena semakin tinggi tingkat bagi hasil akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Jika tidak, pengetahuan pelanggan dan faktor demografis (jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan) tidak berpengaruh pada keputusan menabung mereka (Afriani & Asandimitra, 2020, hal. 1). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Afriani dan Asandimitra (2020) terletak pada variabel bebas yang digunakan, meskipun sama-sama memasukkan variabel bagi hasil dan pendapatan sebagai variabel bebas, tetapi ada variabel bebas dari penelitian Afriani dan Asandimitra (2019) yang tidak digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel literasi keuangan, pengetahuan pelanggan, jenis kelamin, usia dan pendidikan.

## **H. Hipotesis**

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara tentang pengaruh variabel yang digunakan dalam model dan yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah;

Hipotesis 1

H<sub>01</sub> : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.

H<sub>a1</sub> : Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.

### Hipotesis 2

- H<sub>02</sub> : Bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.
- H<sub>a2</sub> : Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.

### Hipotesis 3

- H<sub>03</sub> : Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.
- H<sub>a3</sub> : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai.

### Hipotesis 4

- H<sub>04</sub> : Promosi, bagi hasil dan pendapatan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai
- H<sub>a4</sub> : Promosi, bagi hasil dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai

## I. Sistematika Pembahasa

Hasil penelitian akan disusun ke dalam 5 (lima) Bab sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, yang memuat landasan teoritis berkaitan dengan promosi, bagi hasil, pendapatan dan keputusan menabung.

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, Teknik Pengumpulan data, desain pengukuran dan Teknik Analisa Data.

Bab IV Hasil Penelitian, berisi Data Penelitian yang terdiri dari gambaran umum Bank Muamalat Kantor Cabang Barabai, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan Pembahasan.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran

Daftar Pustaka

Lampiran