

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PROMOSI PENJUALAN, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PADA
PRODUK TABUNGAN INVESTA CENDEKIA DI BANK SYARIAH
MANDIRI KC PALEMBANG**



Oleh :

TRINA SUCI INDAH SARI

NIM: 1636100122

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
Perbankan Syariah (A.Md.)**

PALEMBANG

2019



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidin'ikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126



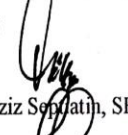

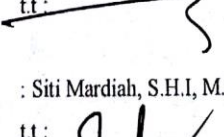

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH**

Nama : Trina Suci Indah Sari
Nim/Jurusan : 1636100122/D3 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 13 Agustus 2019

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Tanggal	Pembimbing Utama	: Mufti Fiandi, M.Ag. t.t : 
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Siti Mardiah, S.H.I, M.Sh t.t : 
Tanggal	Penguji Utama	: Titin Martini, SE., M.Si t.t : 
Tanggal	Penguji Kedua	: Aziz Septatin, SE., M.Si t.t : 
Tanggal	Ketua	: Dinnul Alfian Akbar, SE, M.Si t.t : 
Tanggal	Sekretaris	: Siti Mardiah, S.H.I, M.Sh t.t : 



Alamat : Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri, KM. 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

KEMENTERIAN AGAMA RI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan
Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk
Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC
Palembang.
Ditulis Oleh : Trina Suci Indah Sari
NIM : 1636100122

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Ahli Madya Perbankan Syariah (A.Md)

Palembang, Agustus 2019

Dekan,



Dr. Qodariah Barkah, M.Hi.
NIP. 197011261997032002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Trina Suci Indah Sari
Nim : 1636100122
Jenjang : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Palembang, Juli 2019

Penulis,



Trina Suci Indah Sari

NIM : 1636100122



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir C

No. :
Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk Diuji*

Kepada Yth.
Ketua Program Studi
D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah
di
Palembang

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Trina Suci Indah Sari
NIM : 1636100122
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan,
dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Pengambilan
Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Investa
Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti Ujian
Munaqosah Tugas Akhir.

Demikianlah pemberitahuan kami, bersama ini dilampirkan Tugas Akhir
mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Mufti Fiandi, M.Ag
NIP.197605252007101005

Siti Mardiah, S.H.I.M.Sh.
NIP.198110192017012016



KEMENTERIAN AGAMA RI
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Alamat : Jl.Prof K.H Zainal Abidin Fikri. KM 3,5 Telepon (0711) 353276, Palembang 30126

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Trina Suci Indah Sari
NIM : 1636100122
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan
Word Of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan
Nasabah Pada Produk Tabungan Investa Cendekia di Bank
Syariah Mandiri KC Palembang.

Palembang, Juli 2019

Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah

u.a. Staf Prodi

Dinnul Afian Aldar, SE., M.Si

NIP.197803272003121003



Alamat : Jl. Prof. KH. ZainulAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Tugas Akhir**

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Trina Suci Indah Sari
Nim/Jurusan : 1636100122/D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC Palembang.

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap tugas akhirnya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid tugas akhirnya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Agustus 2019

Penguji Utama

Titin Hartini, SE., M.Si
NIP.197509222007102001

Penguji Kedua

Aziz Septiatin, SE., M.Si
NIK.1605061711

Mengetahui
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP.197509282006042001

ABSTRAK

Persaingan di dunia perbankan yang semakin ketat pada masa kini membuat perusahaan harus lebih memikirkan bagaimana cara mempromosikan suatu produk agar lebih diminati oleh konsumen. Melihat hal ini perusahaan harus bisa memanfaatkan seluruh bauran komunikasi dari berbagai sisi, mulai dari melakukan promosi media sosial, promosi penjualan, dan *word of mouth* serta memberikan akses untuk para calon nasabah dan nasabahnya berupa laman atau web dan berpromosi secara langsung untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah pada Tabungan Investa Cendekia.

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang menggunakan data hasil dari kuisioner dan penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 175 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi Media Sosial dan Promosi Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan variabel *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata Kunci: Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, *Word Of Mouth*, Keputusan Nasabah.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Learn from the past, live for the today, and plan for tomorrow”

“Work Hard, Play Hard...”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Kupersembahkan kepada:

- Sang Pencipta Allah SWT
- Ibuku dan ayahku tercinta
- Saudara-saudaraku tercinta
- Keluargaku tercinta
- Sahabat dan teman-temanku yang selalu mendukung serta memberi semangat yang tidak bisa kusebutkan satu persatu
- Teman-teman seperjuanganku khususnya kelas DPS 3 2016
- Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KC Palembang” dengan lancar. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Mummad SAW. beserta keluarga sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Adapun penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang. Pada saat pembuatan tugas akhir ini penulis tidak luput dari berbagai macam hambatan dan kendala yang harus dilewati, sehingga penulis menyadari bahwa keberhasilan yang didapat semata-mata bukan hanya hasil dari kerja keras penulis sendiri, melainkan berkat bantuan, dukungan, bimbingan serta arahan dari pihak lain kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan segala nikmat sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang;
3. Ibu Qadariah Barkah, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang;

4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Mufti Fiandi, M.Ag selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktu serta telah memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Siti Mardiah, S.H.I, M.Sh selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu serta memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dan mengamalkan ilmu yang tak ternilai dengan setulus hati selama masa kuliah.
8. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain.
9. Kedua Orang tua tercinta, Ibu Hasni Mulyati dan Bapak Erwin Muchtar Eddy, yang telah memberikan kasih sayang dalam mendidik dan membesarkan penulis, serta memberikan motivasi dan nasihat terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
10. Saudaraku Maya Wienni Sari dan Dwina Permata Sari, yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.

11. Seluruh keluargaku yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terimakasih atas do'a dan dukungannya.
12. Sahabat dan teman seperjuangan dari waktu semasa masuk perkuliahan hingga saat ini Yuliana, Nurliana, Yesi Julia, Rizky Siti Pahria, Witri Apna Diantie, dan Yolana Anika Putri yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
13. Sahabat-sahabatku Anisa, Eltrisa, Ellisa, Qiqi, Sella, Bibi yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
14. Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama menuntut ilmu dibangku perkuliahan khususnya kelas DPS3 2016 yang telah menorehkan kisah dimasa kuliah .
15. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu yang telah membantu penulis selama masa studi hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah Swt. memberikan balasan pahala yang berlimpah kepada semua pihak diatas, atas bantuan dan amal baik yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta arahan untuk menjadi lebih baik lagi. Semoga tugas akhir ini bias bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Palembang, Juli 2019
Penulis

Trina Suci Indah Sari
NIM : 1636100122

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan.....	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	17
1. Promosi Media Sosial	17
2. Promosi Penjualan.....	19
3. <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	21
4. Keputusan Nasabah.....	24
B. Pengembangan Hipotesis	26
C. Penelitian Terdahulu	27

D. Kerangka Teoritik	31
----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel Penelitian	32
1. Populasi	32
2. Sampel.....	33
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Sumber Data.....	34
D. Variabel-variabel Penelitian.....	34
1. Variabel Terikat (Y).....	34
2. Variabel Bebas (X).....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Operasional Variabel Penelitian.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Heterokedastisitas	41
c. Uji Multikolinieritas.....	41
d. Uji Linieritas	42

4. Analisis Regresi Linier Berganda	42
5. Uji Hipotesis.....	44
a. Uji T (Parsial).....	44
b. Uji F (Simultan)	45
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	45

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	47
B. Karakteristik Responden	51
C. Analisis Deskriptif	55
D. Hasil Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	59
3. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas.....	60
b. Uji Heterokedastisitas	61
c. Uji Multikolinieritas.....	63
d. Uji Linieritas	64
4. Analisis Regresi Linier Berganda	66
5. Uji Hipotesis.....	68
a. Uji T (Parsial).....	68
b. Uji F (Simultan).....	70
c. Koefisien Determinasi (R^2)	71

E. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Nasabah ...	72
2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah.....	73
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Nasabah	73

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : <i>Research Gap</i> Pengaruh Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah ...	10
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 : Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 : Range Kategori Jawaban.....	56
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Promosi Media Sosial	57
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan	58
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	58
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	59
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	61
Tabel 4.12 : Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62
Tabel 4.13 : Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.14 : Nilai Test For Linierity Variabel Promosi Media Sosial dengan Keputusan Nasabah	64
Tabel 4.15 : Nilai Test For Linierity Variabel Promosi Penjualan dengan Keputusan Nasabah	65
Tabel 4.16 : Nilai Test For Linierity Variabel Word Of Mouth dengan Keputusan Nasabah.....	66
Tabel 4.17 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	67
Tabel 4.18 : Hasil Uji T (Parsial)	69
Tabel 4.19 : Hasil Uji F (Simultan).....	70
Tabel 4.20 : Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Jumlah DPK, Laba Bersih dan Pembiayaan Bank Syariah Mandiri.....	4
Gambar 1.2 : Jumlah Perkembangan Pengguna Internet di Dunia	7
Gambar 2.1 : Kerangka Teoritik	31